

Tartu Ülikool
Sotsiaal- ja haridusteaduskond
Ajakirjanduse ja kommunikatsiooni osakond

Eesti erakondade ideoloogilised profiilid ning nende arvestamine valimisreklaamis

Bakalaureusetöö

Koostaja: Teele Tamme
Juhendaja: Professor Marju Lauristin
Kaasjuhendaja: Evelin Pullerits (MA)

Tartu
2011

Sisukord

Sisukord	2
Sissejuhatus	4
1. Teoreetilised lähtekohad ja mõisted	7
1.1. Poliitiline turundus	7
1.1.1. Poliitiline turundus	7
1.1.2. Kommertsreklaam ja poliitiline reklaam	10
1.1.3. Ideoloogiline lähenemine <i>versus</i> valijapõhine lähenemine	11
1.1.4. Raamistamine	12
1.2. Ideoloogia	13
1.2.1. Ideoloogia	13
1.2.2. Erakond	14
1.2.3. Ideoloogilised maailmavaated	15
1.2.4. Eesti erakondade programmline liikumine parem-vasakpoolisel ideoloogilisel skaalal	21
1.2.5. Poliitiline kultuur postkommunistlikes maades	23
1.2.6. Sotsiaaldemokraatliku erakonna, Reformierakonna, Keskerakonna, Rahvaliidu, Isamaa ja Res Publica liidu ning Erakonna Eestimaa Rohelised poliitilised vaated lähtuvalt nende valimisprogrammide (valimislubadustest) ning valimistulemused	24
2. Uurimisküsimused	27
3. Meetod ja valim	29
4. Tulemused	32
4.1. Erakondade ideoloogiline profiil ekspertide hinnangul	32
4.1.1. Erakondade paiknemine ideoloogilisel parem-vasak jaotusskaalal ekspertide hinnangul	33
4.1.2. Erakondade poliitilise tegevuse vastamine nende üldlevinud ideoloogilisele maailmavaadetele	38
4.1.3. Majanduskeskkonna mõju poliitilise maastiku muutumisele	42
4.1.4. Teised tunnused, mille järgi võib erakondi sõltumatute ekspertide arvates Eesti poliitikas eristada (lisaks vasak- ja parempoolsele skaalale)	44
4.1.5. Missugune on erakondade kommunikatsioon valijaga suheldes ning millest lähtuvalt teeb Eesti valija sõltumatute ekspertide hinnangul oma valikud	48

4.2. Ideoloogiliste profiilide kajastumine valimisreklaamis	50
4.2.1. Ideoloogilise profiili kajastumine valimiskommunikatsioonis ja -reklaamis	50
4.2.2. Valimisreklaami visuaalne seotus erakonna ideoloogiliste vaadetega	51
4.2.2. Erakond kui bränd	52
4.2.3. Valijapõhine vs ideoloogiapõhine lähenemine	52
4.2.4. Erakondade sihtrühmad	53
4.3. Valimisrekaamides sisalduvate loosungite ja visuaalse poole analüüs	55
4.3.1. Erakondade logod ja visuaalne värvikasutus	55
4.3.2. Erakondade valimisreklaamid ja nendes sisalduvate loosungite analüüs	62
5. Järeldused ja diskussioon	78
5.1. Järeldused	78
5.2. Diskussioon	85
Kokkuvõte	87
Summary	90
Kasutatud allikad	93
Lisad	97
Lisa 1. Ekspertintervjuud	97
1.1. Intervjuude küsimustikud	97
Lisa 2. Intervjuude litereeringud	101
Lisa 2.1. Intervjuu Mihkel Solvakuga	101
Lisa 2.2. Intervjuu Agu Uudelepaga	114
Lisa 2.3. Intervjuu Aivar Voogiga	128
Lisa 2.4. Intervjuu Piret Hartmaniga (SDE)	141
Lisa 2.5. Intervjuu Annika Arrasega (RE)	148
Lisa 2.6. Intervjuu Tiit Riisaloga (IRL)	153
Lisa 2.7. Intervjuu Mattias Luhaga(EER)	161
Lisa 2.8. Intervjuu Andres Hiiega (KE)	170

Sissejuhatus

Riigikogu valimised on aeg, mil kodanikud saavad kasutada oma põhiseaduslikku õigust ja käia valimas. Teatud erakonnale oma häält andes toetab valija ka kindlat maailmavaadet ja valitud erakonna esindatavaid väärtusi. Ideaalis eristab iga erakonda selge ideoloogiline profiil, mille alusel saab valija langetada kaalutletud ratsionaalse otsuse ja hääletada oma vaadetele kõige paremini vastava erakonna poolt.

Paraku ei tundu ideoloogilised profiilid Eestis olevat nii selged kui võiksid olla, miks muidu kuuldu valimiste eel sagedasti kurtmist, et ei oska kellegi kasuks otsustada, ja õigupoolest polegi sellist erakonda, keda tahaks valida. Seetõttu otsustaski autor võtta oma uurimuse eesmärgiks kaardistada Riigikogu 2011. aasta valimiste põhjal erakondade ideoloogilised profiilid, võttes aluseks nii poliitikaekspertide arvamuse uuritavatest erakondadest kui ka erakondade ideoloogia kajastatavuse reklaamkommunikatsioonis.

Antud empiirilise uuringu laiem põhieesmärk on kirjeldada ja mõista Eesti poliitilist maastikku ning selgitada välja, kuivõrd väljendavad valimisreklaamid erakondade ideoloogilisi vaateid, analüüsides erakondade kampaaniate turundusliku poole ja esindatavate ideoloogiliste vaadete omavahelisi seoseid. Uuringu abil üritab autor välja selgitada ka erinevate ühiskonnaprotsesside põhjuslikke seoseid poliitmaastiku võimaliku muutumisega ning jõuda selgusele, kas poliitiline reklaam võiks aidata valijal mõista, millise maailmavaate toetuseks ta hääle annab.

Uurimuses püütakse ekspertintervjuude ja reklaammaterjalide analüüsi abil määratleda Eesti poliitikas tegutseva kuue suurema erakonna (Riigikogu XI koosseisu kuulunud erakonna) ideoloogilised profiilid ja selgitada välja, kui oskuslikult suutsid erakonnad väljendada oma maailmavaadet valimisreklaamis ja loosungites 2011. aastal Riigikogu XII koosseisu valimiste eel. Eesti Vabariigi Riigikogu XI koosseisu kuulusid Eestimaa Rahvaliid (ERL), Keskerakond (KE), Reformierakond (RE), Isamaa ja Res Publica Liit (IRL), Sotsiaaldemokraatlik Erakond (SDE) ning Erakond Eestimaa Rohelised (EER), kelle ideoloogilisi profile autor käesoleva töö raames analüüsib. Vaatluse all on ajavahemik jaanuarist 2011 kuni 6. märtsini 2011, mil valimisperiood kulmineerus Eesti Riigikogu valimistega.

Kuigi töö põhieesmärk on selgitada välja, mil määral kajastuvad erakondade ideoloogilised vaated valimisreklaamis, keskendutakse töös ka kampaania väljatöötamise üldistest aspektidest laiema pildi saamisele. Reklaam ja valimisloosungid on kampaania lõpp-produkt, ning mõistmata selle moodustumise tausta ei saa teha paikapidavaid järeldusi. Oluline osa tööst keskendub erakondade ideoloogiliste profiilide väljaselgitamisele. Et hoomata Eesti poliitilist ja ideoloogilist maastikku ning teha selgeks, kuivõrd väljenduvad erakondade valimisreklaamides nende ideoloogilised vaated, püüab autor välja selgitada, milliste ideoloogiate esindajatena näevad Riigikogu XI koosseisu kuulunud erakondi sõltumatud poliitikaekspertid, kes jälgisid valimisi kõrvalt, teiselt poolt uurib autor, millisena näevad oma erakonda poliitkampaniate koordinaatorid.

Töö eemärkide saavutamiseks viib autor läbi ekspertintervjuud sõltumatute poliitikaekspertidega ning erakondade kampaaniakoordinaatoritega. Kõik intervjuud viiakse läbi suuliselt, lindistatakse diktofoniga ja litereeritakse. Intervjuusid võrreldakse peamiste uurimisküsimuste ning ilmnenu ühisseisukohtade alusel ning analüüsitakse kvalitatiivse tekstianalüüsi meetodil. Töö mitmekülguse ja objektiivsuse huvides kaasatakse analüüsi ka visuaalse imidži loomisel kasutatavate reklaammaterjalide sümboolika ja värvivaliku analüüs, samuti reklaamloosungite kvalitatiivne tekstianalüüs.

Rein Toomla (2007) on uurinud Eesti erakondade programmilist liikumist parem-vasakpoolsuse ideoloogilisel skaalal ning nii mõnedki teiste uurijad, nagu näiteks Kairit Kaasik (2009), on oma töö üles ehitanud valimiskampaniate uurimisele. Käesoleva uurimuse autor keskendub nii valimiskampania erinevatele aspektidele kui ka selles sisalduvatele programmilistele loosungitele. Autor uurib, kuivõrd arvestatakse valimiskampaniat välja töötades erakonna ideoloogiliste vaadete esindatust avalikkusele suunatud kommunikatsioonis ja kui tähtsaks seda üldse peetakse. Samuti võrdleb autor seda, millistena näevad erakondade ideoloogilisi profiile erakonnad ise ning millistena sõltumatud eksperdid. Lõplikud järeldused erakondade ideoloogiliste profiilide ja nende valimisreklaamis kajastumise kohta teeb autor, võrreldes omavahel sõltumatute ja erakondlike ekspertide hinnanguid ning kõrvutades valimisreklaami ja selles sisalduvate loosungite analüüsi töö teoreetilise osaga, kus on eelnevalt lahti seletatud peamised ideoloogiatega seotud mõisted ja nähtused ning poliitilise turunduse aspektid.

Autor tänab koostöö eest sõltumatuid poliitikaeksperte Agu Uudeleppa, Mihkel Solvakut ja Aivar Voogu ning erakondlike poliitikaeksperte Annika Arrast (RE), Piret Hartmanit (SDE), Mattias Luhat (EER), Tiit Riisalo (IRL) ja Andres Hiie (KE).

Samuti tänab autor juhendamise, tarkade soovitusete ja koostöö eest oma juhendajat professor Marju Lauristini ja kaasjuhendajat Evelin Pulleritsi.

1. Teoreetilised lähtekohad ja mõisted

Antud peatükis paneb autor aluse oma uurimustöö teoreetilistele lähtekohtadele. Peatükk on jaotatud kaheks: poliitiline turundus ja ideoloogiline taust. Esimene alapeatükk seletab lahti antud uurimuse teoreetilisi ja empiirilisi lähtekohti poliitilise turunduse ja reklaami vaatepunktist. Teine alapeatükk räägib eelkõige ideoloogia kui mõiste olemusest ning seletab lahti erinevate ideoloogiliste vaadete olemust, et luua sellega metoodiline riistapuu, mõistmaks poliitilist turundust ning selgitamaks hilisemalt välja, kas erakonnad käituvad nende ideoloogiliste vaadete kohaselt, mille esindajateks neid peetakse.

1.1. Poliitiline turundus

Antud alapeatükis seletab autor lahti poliitilise turunduse ja reklaami mõisted ning käsitleb uurimuse laiemat teoreetilist konteksti. Kuigi käesolev uurimus üritab välja selgitada eelkõige seda, kuivõrd representeerivad erakonnad oma ideoloogilisi vaateid valimisreklaamis ja programmis, räägib antud töö teoreetiline osa laiemalt poliitilisest turundusest, mitte ainult poliitilisest reklaamist, et aidata paigutada antud uurimust laiemasse konteksti ning seeläbi mõista valimisreklaamide olemust.

1.1.1. Poliitiline turundus

Poliitilisel turundusel on tähtis osa tänapäeva modernses poliitilises kommunikatsioonis. Tänapäeva poliitilised kampaaniad sõltuvad üha enam läbimõeldud turundustehnikatest (Newman 1999). Kuigi poliitiline turundus kasutab tihtipeale kommertsturunduse meetodeid, on tal ka ainult endale iseloomulikke meetodeid vastavalt oma tegevusväljale.

Neli poliitilise turunduse üldreeglit on:

- 1) koherentsus (sidusus) – eeldab, et ühtegi kampaaniaotsust ei võeta vastu enne kui see on kooskõlastatud kõikide teiste eelnevate otsustega;
- 2) süstemaatiline eelmiste kampaaniate ülevaatamine – efektiivne kampaania nõuab, et kogu kommunikatsiooniprotsess vaadatakse üle, isegi kui eelmine kampaania oli edukas;

- 3) väike eristumine – kandidaat peab mingil määral eristuma oma oponentidest ning tema erisust tuleb rõhutada kogu kampaania vältel. Ka asjad, mida saab kandidaatide puhul vaadata nii plusside kui ka miinustena on eristumisvõimalused. Nt poliitiku pikk kogemus vs selle puudumine, mis teeb kandidaadist nõ õige mehe antud tööd tegema ning tagab uutmoodi juhtimise;
- 4) maksimaalne turvalisus – hoiatab selle eest, et ei kasutataks sellist kommunikatsioonistrateegiat, mis võib kandidaati ohtu seda (Maarek 1995).

1.1.1.1. Traditsioonilise turunduse vahendid

Traditsioonilised turundusvahendid võib jagada Maareku (1995) sõnul kahte suuremasse kategooriasse: interaktiivsed ja mitteinteraktiivsed (mitteotsesed) tööriistad.

Interaktiivsed ehk vahendamata tööriistad on :

- a) individuaalne/ otsekontakt väikese arvu potentsiaalsete valijatega;
- b) samaaegne kontakt paljude valijatega, näiteks poliitkoosolekud.

Antud uurimustöö raames peatub autor aga pigem mitteotsetel (unidirectional tools) turunduse tööriistadel, kuna neid saab antud uurimisteemast lähtuvalt analüüsida nii visuaalsest kui ka tekstiliselt.

Mitteotsesed tööriistad (*unidirectional tools*):

Need on ühel või teisel viisil seotud kirjapandud sõnaga:

- a) printitud materjalid (siseseks kasutamiseks kampaaniaga seotud organisatsioonile, aktivistidele ja vabatahtlikele või valijatele, kes tunnevad suuremat huvi detailse informatsiooni vastu): flaierid, lendlehed, voldikud, programmid jne;
- b) press ja printitud materjalid erakonnaväliseks kasutamiseks.

Pressi on kahesugust. Üks on erapoolik press (*partisan press*) [autori kommentaar: näiteks *Kesknädal*] ja teine erapooletu press (*non-partisan press*) [autori kommentaar: näiteks *Postimees*]. Viimane neist on produktiivne, kvaliteetne ja poliitilise kommunikatsiooni usaldusväärne tööriist. Lugeja silmis on erapooletus pressis avaldatud teave poliitikute kohta usaldusväärsem, kuna nad teavad, et poliitik, kellest räägitakse, ei kontrolli antud ajalehte erinevalt *partisan press*ist ja reklaamist. Modernses poliitilises kommunikatsioonis on suure

rolli omandanud audiovisuaalne meedia, mida sõltumatu prinditud press pigem toetab. Sõltumatu pressi kasulikkus poliitilises kommunikatsioonis on küll säilinud, kuid selle eesmärk on muutunud, kuna nüüdisajal jõuavad uudised enne audiovisuaalsesse meediasse ja enamasti alles pärast seda trükimeediasse. (Maarek 1995) Printi ja elektroonilist meediat loetakse nii kommunikatsiooni kui ka müügi edasivijateks poliitilisel turuplatsil (Kotler & Kotler 1999).

Omaette kategooriana võib käsitleda veel postreid, mis on samuti poliitilise kommunikatsiooni traditsioonilised tööriistad. Postrid pole aga paraku ideaalsed kommunikatsioonivahendid, sest nad ei anna edasi sõnumi kompleksust ega ole alati efektiivsed. Plakat küll võib kergesti tõsta poliitiku reputatsiooni, kuid ei pruugi eriti veenda inimesi antud poliitiku poolt hääletama. Kuna suhtlemine inimestega poliitiliste plakatite abil on võrdlemisi raske, on välja mõeldud mitmeid erinevaid tehnikaid, et kõita nende abil vastuvõtja tähelepanu. Näiteks tänapäeva postrid kõnetavad otseselt inimesi (vastuvõtjaid) : „X, kes mõtleb nagu sina“. (Maarek 1995)

Plakatite levitamise viise on võimalik jagada kahte rühma:

üks on makstud postri reklaam (*paid poster advertising*), mis tagab postrite suur nähtavuse, sest need paigutatakse kindlatesse asukohtadesse, miinuseks on aga selliste postrite kallidus; vabatahtlik plakatite kleepimine (*volunteer placarding*) on tunduvalt odavam kui makstud postrite ülespanek, kuid selle puhul on alati ka oht, et postrid rebitakse seinalt mahaseina omaniku, politsei või vastaskandidaadi vabatahtlike poolt. Samuti on vabatahtlike poolt ülespandud postrid formaadilt märksa väiksemad kui seda on kinnimakstud suured reklaampostrid. (Maarek 1995)

Neljanda reklaamitööriistana toob Maarek (1995) välja mitmesugused reklaamaksessuaarid, nagu õhupallid, kleepsud, T-särgid, pastakad, võtmehoidjad jne. Antud nipsasjakeste puhul peab nende välja jagaja aga olema kindel, et need asjad on tehtud kvaliteetsest materjalist, et vältida negatiivset efekti kui näiteks kandidaadi initsiaalid esemelt mõne päevaga maha kuluvad.

Edasi käsitleb autor uurimuses eelkõige just mitteotseseid kampaaniavahendeid kinnimakstud reklaami näol, mis esineb postrite (välireklaami), telereklaami ja nipsasjakestena. Analüüsitavaks materjaliks on valitud mitteotsesed turundusvahendid, mida on võimalik

analüüsida nii verbaalsest kui ka visuaalsest aspektist, et teada saada, kuivõrd sisaldab erakondade valimisreklaam nende ideoloogilisi vaateid. Siiski tuleb tulemuste osas põgusalt sisse ka otseturunduse aspekt , käsitledes erakondade sihtrühmi, kuna mitmed erakonnapoolsed kampaania koordinaatorid töid teatud sihtrühmadega suhtlemisel välja otseturunduse võtte kasutamist.

1.1.2. Kommertsreklaam ja poliitiline reklaam

Poliitiline reklaam on makstud ning mitteotsene (vahendatud) poliitiline informatsioon, mis kuni Teise maailmasõjani oli tuntud propaganda nime all (Maarek 1995).

Informatsiooni defineerib Maarek (1995) kui ühesuunalist kommunikatsiooniprotsessi, mille üheks tööriistaks kutsutakse reklaamimist, kui see on reklaamija poolt kinni makstud. Antud töös käsitleb autor sama tööriista.

Poliitilist turundust on keeruline kohandada kommertsturunduses kasutatavate meetoditega. Seda seetõttu, et tarbekaupade müümisel on eesmärk istutada kliendi pähe mõte reklaamitavast millestki, mis on talle vajalik, kuid poliitilises turunduses tekib sealjuures probleem, kuidas saaks poliitik mõjuda oma poliitiliste platvormidega nii, et kodanikud tunneksid vajadust tema pakutavate teenuse järele. Poliitiliste platvormide reklaamimisel ei saa tarbijad (kodanikud) koheselt käegakatsutavat rahuldust nagu tarbekaupade soetamisel. (Maarek 1995)

Kuigi teadlik turundus ei taga kindlat võitu valimistel, võib standardseid turundustehnikaid poliitkampaniates rakendades olla vähemalt kindel, et kampaania planeerimine on süsteempõhine, tõhus ning hääletajatele orienteeritud (Kotler & Kotler 1999).

1.1.3. Ideoloogiline lähenemine *versus* valijapõhine lähenemine

Parteid on oma tegevuses muutunud üha enam turule orienteeritumateks (Reeves & Chernatony & Carrigan 2006). Sellest tulenevalt võib erakondade poliitilist kommunikatsiooni vaadata ka lähtuvalt brändimisest nagu seda teevad Reeves, Chernatony ja Carrigan (2006) oma artiklis „*Building a political brand: Ideology or voter-driven strategy*“. Kuna brändid on osa igapäevasest tarbijakäitumisest, võib olla nii, et poliitilised parteid opereerivad ja valijad teevad oma valikud samamoodi nagu tarbija valib kommertslikke brände.

Reeves, Chernatony ja Carrigan (2006) väidavad Suurbritannia näitel, et poliitiliste ideoloogiate tähtsus parteides on vähenenud, kuna parteid on hakanud rohkem lähtuma tarbijatest. Lees-Marshment (2001, Reeves & Chernatony & Carrigan 2006 kaudu) presenteerib kolmetasandilist mudelit, kuidas poliitilised parteid on aja jooksul arenenud tootele orienteeritud parteidest müügile orienteeritud parteideks ning lõpuks turule orienteeritud parteideks.

Tootele orienteeritud parteide all mõtleb Lees-Marshment parteisid, kes keskenduvad sellele, millised on nende vaated, mille eest nad seisavad ja millesse usuvad. See eeldab, et valijad mõistavad, et antud partei ideed on parimad ning hääletavad seetõttu nende poolt. Sellist tüüpi partei keeldub muutmast oma põhimõtteid ja ideid ka siis, kui need on valimistel läbi kukkunud.

Müügile orienteeritud parteid keskenduvad oma argumentide müümisele valijatele. Partei säilitab küll oma eelnevalt paikapandud olemuse (nõ tootedisaini), kuid mõistab samas, et soovivad valijad ei pruugi automaatselt sellist lähenemist tahta. Seetõttu kasutavad need parteid kõikvõimalike reklaaminduse, kommunikatsiooni ja turundusvõtteid, püüdes soovitud valijaid veenda antud partei ideede ja argumentide paremuses.

Turule orienteeritud parteid disainivad oma käitumise ja olemuse vastavat valija soovidele, et tagada nende rahulolu. Kõigepealt üritab partei identifitseerida valija nõudmised ja seejärel loob oma olemuse nende soovidele vastavalt. Partei ainult mitte ei paku seda, mida valijad tahavad või mida arvamusuuringud näitavad, vaid arvestab ka sellega, et ta oleks võimeline vastama valijate ootustele.

Reeves, Chernatony ja Carrigan (2006) väidavad, et tootele ja müügile orienteeritud parteid langevad kokku ideoloogiliselt juhitud parteidega ning et turule orienteeritud parteid on pigem kohakuti põhiselt valijate juhitud parteidega (*voter-driven*).

Parteide eelnevalt lahtiseletatud jaotuse võtab autor oma edasises uurimuses aluseks kuue Eesti suurema erakonna poliitilise reklaami iseloomustamisel, et selgitada, mil määral väljendavad erakonnad valimisreklaamis oma ideoloogilisi vaateid ja mil määral kasutavad valijapõhist lähenemist.

1.1.4. Raamistamine

Raamistamine tähendab teatud tajutud reaalsuse aspektide valimist ja nende esiletõstmist sõnumis, mis toetab teatud seletuse, tõlgenduse, (moraalse) hinnangu ja soovitusel domineerimist (ehk siis raam sisaldab jagatud, ühist situatsiooni või tegevuse kirjeldust). Raamistamine toetub varem olemasolevatele arusaamadele, et kõneleja (kommunikaator) süstib teksti oma arusaamu ja uskumusi (juba raamistatud hinnangut) ning et ka vastuvõtja teadmistepagas võib edasiantava teksti sisu muuta. Raamistamises on olulised situatsioonide äratundmise ja “õige käitumise” harjumuspärad . (Entman 2002)

Entman (2002) kasutab raamistamise mõiste seletamiseks külma sõja näidet, kus raamid on kommunikatsiooniprotsessis neli asukohta: kommunikaator, tekst, vastuvõtja ja kultuur – igaüks leiab aset raamistamine. Antud töös käsitletakse eelkõige poliitilist erakonda kui kommunikaatorit, kes kasutab raamistamist, et tõsta teadlikult esile teatud ideoloogilisi vaateid ja informatsiooni, et seeläbi oleks võimalik neid Eesti poliitilisel maastikul positsioneerida ning eristada teistest erakondadest. Autori eesmärk on selgitada, kuidas kasutatakse raamistamist erakondade poliitilistes kampaaniasõnumites.

1.2. Ideoloogia

Antud alapeatüki eesmärk on mõista ideoloogia kui mõiste tähendust ning lahti seletada erinevate ideoloogiliste vaadete olemust. Antud peatükiga soovib autor luua oma uurimustööle laiemat teoreetilist tausta, et selle baasil edasises töös poliitmaastikule paigutada kuut eelmisesse (XI) Riigikogu koosseisu kuulunud erakonda. Antud teoreetilistele lähtekohtadele toetudes jaotab autor hilisemalt erakonnad ideoloogilistel alustel parem-vasak ideoloogilisele skaalale.

1.2.1. Ideoloogia

Ideoloogia on kõige lihtsamal mõistes ideede kogum. Klassikalise ideoloogiatega käsitlemise traditsiooni kohaselt on ideoloogia mõiste tähtsaimaks elemendiks võimu ja domineerimise mõiste mingi versioon, kus valitsev klass (kuidas me teda ka ei defineeriks) omab ja kontrollib tootmisvahendeid, kaasaarvatud ideede (taas)tootmise vahendeid – peamiselt poliitika, meedia, kirjanduse ja hariduse vahendeid. Ideoloogia manipuleerib kodanike teadvusega pealesurumisest või sundimisest palju tundlikumalt ja peenemalt, kujundades veenmisjõu abil konsensust sotsiaalse korra suhtes. (van Dijk 1998)

Tänapäeva ideoloogiakontseptsioonid on hakanud, erinevalt klassikalistest käsitlustest, muutuma vähem halvustavateks ja neutraalsemateks. Neis on ideoloogia enamasti poliitiliste või sotsiaalsete ideede, väärtuste ja ettekirjutuste süsteem, mis kuulub grupile või kollektiivile ning mille funktsioon on grupi või kollektiivi tegevuse korraldamine ja legitimeerimine. Ideoloogia on grupi liikmete ühiste sotsiaalsete representatsioonide alus, mille abil grupiliikmed korrastavad oma arvukaid sotsiaalseid uskumusi elust ja ümbritsevas maailmas toimuvast – hinnatakse toimuv kas õigeks või valeks ning toimitakse vastavalt. (van Dijk 1998)

Mõiste „ideoloogia“ tähendus tänapäeva sotsiaalteadustes (Heywood 2002):

- neutraalne
- uskumuste süsteem
- mõjutab poliitilist tegevust ja on orienteeritud poliitilisele tegevusele
- sidus ideede kogum
- omab ettekujutust ideaalsest ühiskonnast

1.2.2. Erakond

Erakond on poliitiline organisatsioon, mille aluseks on indiviidide kogum, mis tegutseb ühiste poliitiliste huvide nimel. Kuigi poliitiliseks organisatsiooniks võib nimetada ka huvirühmi, eristuvad erakonnad neist selle poolest, et viimastes taotletakse otseselt poliitilist võimu oma esindajate saatmise kaudu valitsemisstruktuuridesse. (Toomla 1996)

Erakond (partei) on Eesti kodanike vabatahtlik poliitiline ühendus, mille eesmärgiks on oma liikmete ja toetajaskonna poliitiliste huvide väljendamine ning riigivõimu ja kohaliku omavalitsuse teostamine (Erakonnaseadus 1994).

Erakondi eristatakse ideoloogiliste erinevuste alusel. Maailmavaate ja ideoloogia järgi jaotatakse parteid üldiselt konservatiivseteks, liberaalseteks ja sotsialistlikeks (Varrak 2001). Antud töö keskendubki paljuski erakondade ideoloogiliste profiilide määratlemisele ja lahtimõtestamisele.

Erakondade hulga määratleb vaidlusküsimuste hulk ühiskonnas. Selliseid universaalseid vaidlusküsimusi, mis võiksid olla omased kõikidele ühiskondadele on seitse (Lijihart 1984 Toomla 1996 kaudu):

- 1) majandusprobleemid,
- 2) rahvuslik-kultuurilised probleemid,
- 3) religioossed probleemid,
- 4) maa ja linna vahelised probleemid,
- 5) välispoliitilised küsimused ,
- 6) režiimihinnangulised probleemid (eeldab ühiskonnas selliste poliitiliste jõudude olemasolu, mis taotlevad kehtiva valitsemiskorra muutumist),
- 7) postmaterialistlikud probleemid (poliitiline liikumine, mis proovib probleeme lahendada suhteliselt mittetraditsionaalsete meetoditega, nt roheline liikumine).

Antud jaotus võimaldab autoril hilisemas töös antud tunnuste järgi Eesti erakondi jaotada, eristades erakondade vaateid ja seisukohti universaalsetes vaidlusküsimustes ning võimaldades nad jaotada vasak-parempoolsete poliitiliste suundumuste skaalale. Siiski tuleb arvesse võtta, et kõik loetletud vaidlusküsimused pole eesti ühiskonnas antud hetkel väga teravad ning neid pole mõtet antud uurimusse kaasata. Hüpoteesiliselt julgeb autor väita, et näiteks religioossed probleemid ja režiimihinnangulised probleemid pole hetkel ühiskonnas

niivõrd aktuaalsed kui seda on näiteks rahvuslik kultuurilised ja majanduslikud probleemid seoses hiljutise suure majanduslangusega. Kuigi Toomla (1996) väidab, et ka postmaterialism pole väga aktuaalne, võib tema andmed lugeda vananenuks, sest ühiskond on pidevas muutumises, mida tunnistab ka Eestimaa Roheliste äkiline ilmumine Eesti poliitikasse. Erakond loodi 2006. aastal ning juba 2007. aasta Riigikogu valimistel saavutati 7,2% valijate toetusel 6 parlamendikohta. Sündmustekulg näitab, et postmaterialistlikest probleemidest on saanud aktuaalne teema.

1.2.3. Ideoloogilised maailmavaated

Antud osaga loob autor uurimistööle üldise ideoloogiliste vaadete tausta, mis aitab seejärel võrrelda Eesti erakondade ideoloogilisi vaateid maailmas laiemalt levinud erinevate maailmavaadetega.

1.2.3.1. Vasakpoolsuse ideoloogia

Üheks tuntuimaks vasakpoolsete erakondade ideoloogiaks võib nimetada kommunismi, kuigi see väide pole kohaldatav kõigile vasakpoolsetele parteidele. Poliitilisest aspektist jõuab inimkond kommunismi klassivõitluse, sotsialistliku revolutsiooni ja proletariaadi diktatuuri kaudu (Toomla 1996). Kommunismi alustalaks on marksismi teooria klassivõitlusest.

Teiseks tähtsaks mõisteks vasakpoolsete ideoloogiate juures on sotsialism. Tänapäeva Eestis puhtal kujul selliseid fundamentaalseid ideoloogiaid viljelevaid parteisid ei esine. Küll aga on neist välja kasvanud pigem vasaktsentristlikud ideoloogiad.

Andrew Vincenti (1995) arvates tuleks eristada teatud kindalaid sotsialismi koolkondi, võttes arvesse mustreid, mis domineerivad nende argumentides ja lähenemistes. Ta jaotab sotsialismi kuueks eri koolkonnaks: utoopiline sotsialism, revolutsiooniline sotsialism (marksism), reformatsioonilise riigi sotsialism (*reformist state socialism*), eetiline sotsialism, pluralistlik gruppidel põhinev sotsialism ja turundussotsialism (Vincent 1995: 91). Utoopilise sotsialismi ideed iseloomustab hästistruktureeritud ühiskond, mis on harmoonias naturaalse inimloomusega ja tagab tingimused inimeste täielikuks rahuloluks ja õnneks.

Revolutsiooniline sotsialism on segu valgustusajastu materialismist, Hegeli idealismist, liberaalsest poliitmajandusest ja utoopilisest sotsialismist (Vincent 1995). Revolutsioonilise sotsialismi ehk marksismi põhiteemaks on ajalooline klassivõitlus. Reformatsioonilise riigi sotsialism on väga lähedane traditsioonilise sotsiaalliberalismiga (Vincent 1995). See ideoloogia on alati kaitsnud riigi suuremat osalust ühiskonna elus, et saavutada suurem tõhusus valitsemises, võrdsus, sotsiaalne õiglus ja õigused. Antud maailmavaade on omane paljudele heaoluriikidele alates 1945. aastast (Vincent 1995).

Eetiline sotsialism on lähedalt seotud reformatsioonilise riigi sotsialismiga. Eetilisele sotsialismile on omane eetiliste väärtuste rõhutamine. Kapitalismi ei peeta ökonoomiliselt ebatõhusaks, vaid eetiliselt ebaküllaseks. (Vincent 1995)

Pluralistlik sotsialism ühildab neid sotsialiste, kes ei soovi toetuda riigile, vaid eelistavad toetuda ametiühingutele. (Vincent 1995)

Turundussotsialismi tähtsaim joon on kapitalismi eraldamine turumajandusest. Turundussotsialistide silmis on kapitalism olematu ilma turgudeta, aga turud saavad funktsioneerida ilma kapitalismita. Turundussotsialistid kahtlevad pigem riigi osatähtsuses, samas toetavad mõned turundussotsialistid (mõningate mõõndustega) ametiühinguid. (Vincent 1995)

1.2.3.2. Vasaktsentristlik ideoloogia

„Sellist ideoloogiat esindab tänapäeval kõige selgemini sotsiaaldemokraatia, mis omab kohati ühiseid juuri kommunismiga, kuid olemuslikult erineb viimasest tunduvalt“ (Toomla 1996). Tänapäeva sotsiaaldemokraatlikuks ideaaliks võiks pidada heaoluühiskonda, mida pole võimalik kirjeldada ei klassikalise kapitalismi ega sotsialismi kaudu. Sotsiaaldemokraatia näeb poliitilist demokraatiat selles, et igal kodanikul on valimistel võrdne hääl. Sotsiaalne demokraatia püüdleb kollektiivse rikkuse poole ning üritab sealjuures saavutada klassideta ühiskonda. (Heywood 1992)

Sotsiaaldemokraatia seisab riigi vs turu ning indiviidi vs kogukonna tasakaalu eest. Sotsiaaldemokraatia eesmärk on leida kompromiss kapitalismi (kui rikkuse loomise ainsa ustava mehhanismi) ja moraali vahel. Rikkust soovitakse jagada pigem vastavalt moraale kui turu põhimõtete alusel. Sotsiaaldemokraatlikus maailmavaates on ühendatud nii sotsialistide usk kaastundesse ja ühisesse inimlikkusesse, liberaalide pühendumus positiivsele vabadusele

ja võrdsetele võimalustele ning ka konservatiivide arusaam isalikust kohustusest ja hoolitsusest. Sotsiaaldemokraatiaga seotud põhimõisteteks on heaolu ja sotsiaalne õiglus, mida soovitakse saavutada tulude ümberjagamise teel. Ehk siis soovitakse muuta kapitalismi inimlikumaks riigipoolse sekkumise abil. Suurt vahet rikaste ja vaeste heaolu vahel aitab sotsiaaldemokraatide arvates vähendada progressiivne maksusüsteem. (Heywood 2007)

Kolmas tee (*third way*) on alternatiiv nii sotsialismile kui ka kapitalismile. Oma modernses vormis pakub kolmas tee alternatiivi vanas stiilis sotsiaaldemokraatiale ja neoliberalismile. Kolmas tee on rohkem kohanenud modernse teadmistepõhise ühiskonnaga ning turule orienteeritud majandusega. Kolmanda tee võtmeväärtusteks on võimalused, vastutus ja kogukond. Kuigi kolmandat teed nimetatakse vahepeal uueks või kaasajastunud sotsiaaldemokraatiaks, arvavad oponendid, et see on vabanenud sotsiaalsetest traditsioonidest, võttes omaks turu ja erasektori lahendused. Antud juhul ei poolda kolmanda tee esindajad liberaalide „omal kahel jalal seismist“ ega ka sotsiaaldemokraatide „hellalt hoidmist surmani“ („*cradle to grave*“), vaid pigem modernsete liberaalide uskumust, et inimesi tuleb aidata nii palju, et nad suudaksid ise ennast aidata. (Heywood 2007)

1.2.3.3. Roheline ideoloogia (*ecology, green parties, greenism*)

Rohelisi on raske jagada parem- või vasakpoolseks, kuna nad mõistavad hukka nii kollektiivsusel põhineva riigi kui ka turupõhise kapitalismi, kuna mõlemad olevat keskkonna mõttes jätkusuutmatud. Majandus peab toetama keskkonda ning kasumiahnus tuleb asendada murega pikaajalise jätkusuutlikkuse pärast. Inimkonna ja keskkonna vahel peab valitsema harmoonia. Rohelised on toetanud oma ökoloogiliste ideedega väga erinevaid poliitilisi eesmärke (Heywood 1992). Heywood (1992) nendib aga, et roheliste parteid on oma kunagi eksklusiivselt ainult neile kuulunud unikaalse „keskkonnasõbraliku positsiooni“ kaotanud teistele *mainstream* parteidele, mis on samuti võtnud omaks keskkonnasõbraliku suhtumise.

1.2.3.4. Parementsentristlik ideoloogia

Parementsentristlikuks ideoloogiaks peetakse liberalistlikku ideoloogiat, mis peab vabadust nii inimese kui ka ühiskonnakorralduse suurimaks hüveks ja eesmärgiks. Kõik inimesed on sünni

poolest vabad ja võrdsed (Varrak 2001). Liberalismi kokkuvõtvateks põhitõdedeks on individualism, vabadus, mõistlikkus-mõistuspärasus, sünnipärane võrdsus, muidu meritokraatia (võim on jaotatud vastavalt võimetele); sallivus (teistesse poliitilistesse vaadetes); nõusolek (väljendub peamiselt esindusdemokraatias); konstitutsionalism ja õigusriik (põhiseadusele vastav valitsemine) (Heywood 2002). Liberalism jaotub klassikaliseks (riik sekkub elukorraldusse võimalikult vähe) ja kaasaegseks (riik sekkub peamiselt sotsiaalküsimustesse) (Kilp 2010).

Liberalism peab progressi ja sotsiaalset kooskõla võimalikuks vaid eraomandi alusel, mis tagab üksikisikule suurima võimaliku tegevusvabaduse. Tänapäeval langeb liberalismiideoloogia põhirõhk vabamajanduslike põhimõtete kaitsmisele, ehk siis igasugustest riigi piiravatest tingimustest vabastatud majandussüsteemi loomisele. Klassikaline majandusteadus väidab, et majanduselu areneb ja täidab oma ülesandeid kõige paremini siis, kui riik väldib sekkumist eraettevõtjate tegevusse, jätab ettevõtjaile tegevusvabaduse ning laseb kaupadel takistamatult ringelda, hoidudes ülemäärastest maksudest või tollidest. Antud põhimõtet rakendab liberalism ühiskonnaelule tervikuna, pidades ebaotstarbekaks või koguni kahjulikuks riigi sekkumist ühiskonna sotsiaalsesse ja kultuuriellu. Riigi sekkumine majandusellu peab olema liberaalide arvates minimaalne ja piirduma eelkõige kodanikuõiguste kaitsega. Ühiskondliku elu liikumapanevaks jõuks on inimeste isikliku kasu püüdlused. (Varrak 2001)

Kaasaegses (modernses) liberalismis on liigutud sotsialismile lähemale, kuid ühiskonda ei paigutata siiski enne indiviidi. Liberalismi on jõudnud sotsiaalse heaolu mõiste, kus modernne riik muutub heaoluriigiks. Modernsed liberaalid kaitsevad heaoluühiskonna poole püüdlemist väitega, et see on indiviididele võrdsuse ja võrdsete võimaluste tagamine (Heywood 1992). Nimetatud vaade annab baasi sotsiaalsele ja heaoluliberalismile. Modernse liberalismi esindajate eesmärgiks on aidata indiviide, kes sõna otsese mõttes pole võimelised end ise aitama nii palju, et nad suudaksid end edaspidi ise aidata ning võtta vastutust oma olukorra ja moraalsete valikute eest. Ehk siis toetatakse pigem suurt valitsuse sekkumist (*big government*) kui riigi väikest osalust (*minimal government*) (Heywood 2007).

Neoliberalism

Neoliberalism ehk uusparempoolsus (*New Right*) on üks konservatismi problemaatilisemaid suundi, mida tihti nähakse kui sulamit traditsioonilisest liberaalsest konservatismist, Austria liberaalsest majandusteooriast, ekstreemsest liberalismist ja toorest populismist. Selle otsesed

juured asuvad liberaalse konservatismi traditsiooni püsivuses ja kestvuses. (Vincent 1995) Uut parempoolsust iseloomustab tugev, kuid minimaalne riik ja vaba majandus. Neoliberaalide puhul räägitakse peamiselt kahest mõistest: majandus ja indiviid (Heywood 2007). Indiviidi rolli tähtsust seletab Heywood (2007) lahti Margaret Thatcheri kuulsa väitega, et pole olemas sellist asja nagu ühiskond, on ainult inividid ja nende perekonnad. Antud juhul usutakse enese aitamisse, individualistlikku vastutusse ja ettevõtlikkusse.

Liberalismi ja neoliberalismi peamine erisus on viimase absoluutne usk turu dominantsusse kõikides ühiskonna elukorralduslikes vormides. Niisiis turujõududele toetumine ka sfäärides, mis ei ole neile allutatavad; absoluutne ja pime usk, et turg on suuteline kõike reguleerima. Klassikaline liberalism ei tähtsusta riigi rolli teatud olulistes ühiskonnakorralduslikes suundades nagu näiteks sotsiaalsed tagatised, haridus ja teadus. (Murumägi 2009)

Liberaalne konservatism tuleneb sellest, et konservatiive on mõjutanud liberaalsed ideed. Just need liberaalsed ideed, mis puudutavad klassikalist liberalismi – suur majanduslik vabadus (vabaturg) ning vähim võimalik riigipoolne sotsiaalelu reguleerimine. Mainitud liberaalsed vaated on ühendatud konservatiivse sotsiaalse filosoofiaga, mis põhineb sellistel väärtustel nagu seda on autoriteet ja kohused. Riigi tugev osalus on oluline, säilitamaks avaliku korda ja kindlustamaks, et võimu austataks. Vabaturumajandust nähakse sotsiaalse distsipliini hoidmise vahendina. (Heywood 1992)

Neokonservatistid on teatud määral nõus leppima riikliku sekkumisega kodanike ellu, nii nagu seda põhjendab liberaalne ideoloogia. Nagu neoliberalistlik maailmavaade, kuulub ka neokonservatistlik maailmavaade uusparempoolsuse alla, kus usutakse vabasse majandusse ning tugevasse kuid minimaalsesse riiki. Majanduse alustalaks on neokonservatiividele eraomandus ja kapitalistlik turumajandus. Neokonservatistliku poliitika põhieesmärgiks on traditsiooniliste väärtuste (moraal, perekond, rahvusriiklus, religioon jm) kaitse, nende koha kindlustamine ühiskonna alustaladena ning seega allakäigu peatamine liberaalses turumajanduslikus ühiskonnas leviva kõikelubavuse ees (Varrak 2001). Neokonservatism erineb klassikalisest konservatismist peamiselt selle poolest, et näeb võimalusi suuremaks lahkulöömiseks riigi ja majanduskorralduse vahel ning eeldab riigi hoolimist oma kodanikust, samas kui majanduses pooldatakse neoliberalidele sarnaselt suuri vabadusi (Murumägi 2009). Neokonservatismist võib leida nii liberalismile kui ka sotsialismile iseloomulikke omadusi. Neokonservatiivid pooldavad suuremate kulutuste tegemist sotsiaalsele heaolule kui konservatiivid.

Sotsiaal-konservatiivse maailmavaate esindajad usuvad, et valituse rolliks on õhutada traditsiooniliste väärtuste ja käitumisviiside järgimist. Sotsiaalkonservatiivsed parteid keskenduvad eelkõige traditsionaalsete väärtuste hoidmisele ja pereväärtustele. Neid võib kirjeldada ka kui liberaal-konservatiive, kes pooldavad Euroopa heaoluühiskonna ideed. USAs eristatakse sotsiaalkonservatiive järgmiste tunnuste alusel: nad ei poolda aborte ega samasooliste abielusid; on illegaalse immigratsiooni vastu; pooldavad vaestele majanduslike võimaluste tagamist riigi poolt; pooldavad koolis palve lugemist; pooldavad kõrgete tariifide kehtestamist riikidele, kes ei järgi inimõigusi; pooldavad tugevat rahvusliku kaitset. (Quinn 2011)

1.2.3.5. Parempoolsuse ideoloogia

Konservatismi põhitõdedeks on traditsioonid, pragmatism (abstraktsetest ideedest on olulisem praktiline teadmine); inimesed vajavad välist korda, seadusi; hierarhia, orgaanilisus (üks elav organism); autoriteet; omand (tavapärane eraomand, soodustab kuuletumist seadustele, kuna inimestel on mängus ka oma huvid, omandi kaitse) (Heywood 2002).

Konservatiivse ideoloogia lähtepunktiks võib pidada seisukohta, et inimese olemus on muutumatu ja inimeste vaheline ebavõrdsus paratamatu. Ühiskond on orgaaniline tervik, mis areneb järjepidevuse põhimõttel.

Tänapäeva Eesti parempoolsed erakonnad kuulvad avatud liberaalset turumajandust toetavate erakondade hulka. Vastupidiselt liberaalsele ideoloogiale ei tunnista klassikaline konservatiivne ideoloogia individualismi, kuna see on vastuolus ühiskonna kui terviku huvidega. Sotsialismi ühiskonnastamise põhimõtetele vastukaaluks rõhutab konservatism isikuvabadust, poliitilist pluralismi, hariduse ja sotsiaalhoolekande diferentseeritust vastavalt sotsiaalsete klasside vajadusele ning ühiskonna majanduselu korraldamist turumajanduslikel põhimõtetel. Praktilises poliitilises tegevuses peab konservatism oluliseks riigi tugevdamist sisemiste ja välimiste ohutegurite vastu ning pöörab seetõttu suurt tähelepanu välis- ja kaitsepoliitikale ning sisemise julgeoleku ja õiguskorra tugevdamisele. Konservatiivid pööravad suurt tähelepanu ka patriotismile ja selle tugevdamisele. (Varrak 2001)

1.2.3.6. Rahvosluse ideoloogia

Rahvosluseks peetakse tavaliselt ühest ja samast rahvusest inimeste kokkukuuluvustunnet, mille toel taotletakse rahvuse säilimist ja arendamist. Rahvust on iseloomustatud ka rahva ühise saatuse tajumisena ning rahvuslik eneseteadvus rajaneb rahvuse ühisel päritolul, ajaloolisel kogemusel ning keelelisel ja struktuurilisel kokkukuuluvustundel. (Varrak 2001). Mitmed Eesti erakonnad toetuvad autori arvates rahvusliku eneseteadvuse ideele ning selle aspektide säilitamisele. Rahvosluse tahe väljendub kõige täielikumalt omariikluses ning Eestis tekkis rahvosluse ideoloogia rahvuslikul ärkamisajal 1860. aastail, mille tagajärjeks pikemas perspektiivis oli Eesti rahvusriigi tekkimine 20. sajandi esimesel veerandil. Rahvusriik on poliitiline süsteem, mis rajaneb rahva ühistele huvidel. Rahvoslusideoloogias eristuvad liberaalne ja antiliberaalne suund. Eristumise aluseks on ideoloogia jäikus või paindlikkus kodakondsusküsimustes, suhtumises vähemusrahvustesse jms probleemidesse. (Varrak 2001). Armastus oma rahva vastu, rahvuslik idee, on väga väärtuslik ja üllas poliitiline jõud, mis muudab üksikisiku suure terviku ohvrimeelseks liikmeks (Masaryk 1925 Varrak 2001 kaudu).

1.2.4. Eesti erakondade programmline liikumine parem-vasakpoolisel ideoloogilisel skaalal

Erakondi on võimalik klassifitseerida poliitiliste suundumuste alusel ehk siis vasak-parempoolsuse skaalal. Sellise jaotuse konkreetne sisu väljendub eelkõige selles, milline on suhtumine riigi rolli ühiskonna elu korraldamises ja majandusse sekkumises. Konkreetne jaotus näeb välja järgmiselt: vasakpoolsed – vasaktsentristid – paremtsentristid – parempoolsed.

Klassifikatsiooni ideoloogilistel alustel võib vastavusse seada teatud poliitiliste suundumustega nagu nt vasakpoolsus – kommunism, vasaktsentrism – sotsiaaldemokraatia, paremtsentristism – liberalism, parempoolsus – konservatism (Toomla 1996).

Eesti erakonnad on üldiselt koondunud parem-vasak ideoloogilise skaala tsentrisse. Sellest tulenevalt võib kuus suuremat erakonda jaotada järgmiselt :

kuigi vasakpoolsed erakonnad praktiliselt puuduvad, hakkavad sotsiaaldemokraadid oma viimaste seisukohtade järgi otsustades sellele piirile lähenema; vasaktsentristlikeks võib sisuliselt lugeda kolme parteid – Keskerakond, Rahvaliit ja Eestimaa Rohelised; paremtsentristlikeks võib pidada IRLi ja Reformierakonda; väga parempoolseid erakondi võib leida vaid nende erakondade seas, mis Riigikogu XI koosseisus ei esinenud (Toomla 2010).

Rein Toomla (2007) arutleb oma ettekandes „Eesti erakondade programmiline liikumine vasak-parempoolsuse skaalal 1992–2007“ selle üle, kas Eesti erakondade parem- ja vasakpoolsete arusaamade lahknemine või omavahelist lähenemist on mõjutanud rahumeelne periood ühiskonnas või kriis. Toomla (2007) toob näiteks naaberriigi Soome erakondade liikumist parem-vasak skaalal, kus kriis ei tähenda alati seisukohtade lahknemist parem-vasak skaalal – ehk siis vasak-parempoolsete seisukohtade lahknemisel ei paista alati olevat seost Soome majanduslik-poliitilise olukorraga. „Seetõttu oleks Eesti näitajaid lihtsam võtta kui ühekordset tsüklit, millele võib järgneda uus vasak-poolsete arusaamade lahknemine, kuid ei pruugi seda juhtuda“ (Toomla 2007).

Kõik erakonnad peale IRLi on muutunud eelmiste valimistega võrreldes parempoolsemaks, selgub 2011. aasta valimisplatvormide võrdlusest. Parteide lubadusi uurinud Tartu Ülikooli politoloogi Rein Toomla hinnangul võib selle taga näha ühist püüdu Eesti masust välja tuua, kirjutab Alo Raun (2011).

Rein Toomla (2011 Raun 2011 kaudu) väitel on paremale nihkunud viiest vaadeldud parlamendierakonnast koguni neli (kõnealuse artikli avaldamise hetkel polnud Eestimaa Roheliste programm veel avaldatud), mis väljendub peamiselt selles, et programmides on räägitud rohkem sellistest asjadest, mida tavaliselt seostatakse parempoolse poliitikaga. Eelkõige räägitakse ettevõtlusvabadusest, mis on ennekõike omane parempoolsele ideoloogiale. (Raun 2011)

Eelnevalt lahtiseletatud ideoloogiliste vaadete ning parem-vasak jaotuse skaalat kasutades positioneerib autor uurimustöö käigus Eesti erakonnad oma hetkelisele kohale 2011. aasta valimiste käigus ning selgitab välja, kuivõrd väljenduvad Eesti kuue suurema erakonna ideoloogilised vaated valimisreklaamis.

1.2.5. Poliitiline kultuur postkommunistlikes maades

Poliitiline kultuur on poliitilise struktuuri osaks, millesse kuuluvad poliitika vaimsed ja käitumuslikud aspektid. Antud töö seisukohast on erakondade ideoloogiliste profiilide kui nähtuste mõistmisel tähtis mõista, mis demokraatliku poliitilise kultuuri arengufaasis Eesti hetkel on.

Poliitilise kultuuri moodustavad poliitilise otsustamisega seotud väärtused, normid, uskumused, teadmised ja nendele toetuvad reeglid, protseduurid, traditsioonid ja rituaalid; poliitika keel, poliitilise tegevusega seotud mõisted ja sümbolid, poliitiline diskursus; poliitiline käitumine, näiteks valimistel tehtav valik ideede, isikut ja tegevuste vahel (Lauristin & Vihalemm & Tallo 1997).

Postkommunistlikus ühiskonnas eristatakse poliitilise kultuuri kolme arengufaasi: Mütoloogiline, ideoloogiline ja kriitilis-ratsionaalne. Mütoloogiline faas domineeris Lauristini, Vihalemma ja Tallo (1997) sõnul aastatel 1988–1990, mida iseloomustas rahva koondumine massiliikumistesse, poliitiline ühtsus, emotsionaalne kõrgepinge. Domineerisid sümbolid, müüdid, rituaalid ning sõnadel oli suurte rahvakogunemiste ajal maagiline funktsioon (Lauristin & Vihalemm & Tallo 1997). Mütoloogilist faasi oli poliitiliseks läbimurdeks tarvis, kuna müüt on kui kultuurimehhanism, mis käivitub sageli just kollektiivse piirsituatsiooni puhul (Barthes 1972 Lauristin etc kaudu).

Müüti defineerib Barthes (1970/2004) kui kõnet, mis muutub teatud tingimustel müüdiks. Müüt pole mitte objekt, mõiste ega idee, vaid tähistamise viis, ta on vorm. Müüt on kõne, mille ajalugu on välja valinud ning müütiline kõne vormitakse materjalist, mida on juba töödeldud teatud tüüpi kommunikatsiooni saavutamise eesmärgil.

Autori arvamusel asub Eesti hetkel oma poliitilise kultuuriga ideoloogilises faasis, mistõttu ta keskendub ka valimisreklaami ideoloogilisele sisule ning jälgib, millises diskursuses erakonnad oma lubadusi esitavad. Selle kohta, kas Eesti poliitilises kultuuris esineb veel ka teiste faaside tunnuseid, saab autor teha oma järeldused järelduste ja diskussiooni peatükis lähtuvalt saadud tulemustest ja tähelepanekutest. Ideoloogiline faas algas uute erakondade kujunemisega, mil defineeritakse väärtusmõisted, mütodoloogilise tähendusega mõisted ja sugestiivsed sümbolid asenduvad poliitilise ideoloogia võtmesõnadega („vasakpoolsus“,

„parempoolsus“ jne). Poliitiline tegevus professionaliseerub, tekib ideoloogiline diskursus, mis on tugevasti polariseeritud meie–nemad teljel ning poliitilises debatis domineerib vastandumine. Kartes sotsiaalset isolatsiooni vältivad inimesed ebapopulaarsete vaadete toetamist [vasakpoolsust seostatakse kommunistliku režiimiga, mitte nt lääneliku kolmanda tee põhimõttega]. Sõnades tahavad vähesed olla vasakpoolsed, kuna sellega seostub veel palju nõukogulikku ja mütoloogilist, samas aga eelistatakse palju vasakpoolset poliitilist joont ja vasakpoolsete lahendusi sotsiaalsetele probleemidele. Mütoloogilised kihid kaovad täielikult alles ratsionaalkriitilises faasis, kui ideoloogilised loosungid ja definitsioonid seostuvad poliitilise tegevusega ning omandavad reaalses elus kontrollitud sisu. Valijad ja poliitikud saavad mõlemad aru, et valimistel teatud programmi toetamine tähendab hiljem ka teatud poliitilist praktikat. (Lauristin & Vihalemm & Tallo 1997)

1.2.6. Sotsiaaldemokraatliku erakonna, Reformierakonna, Keskerakonna, Rahvaliidu, Isamaa ja Res Publica liidu ning Erakonna Eestimaa Rohelised poliitilised vaated lähtuvalt nende valimisprogrammidest (valimislubadustest) ning valimistulemused

Antud alapeatükis toob autor lühidalt alateemade kaupa välja Praxise poliitikauuringute keskuse (2011) analüüsitulemused erakondade valimislubaduste kohta 2011. aasta valimiste ajal.

Maksusüsteemi küsimustes pooldavad suuremat tulude ümber jaotamist jõukamatelt vaesematele või linnapiirkondadelt maapiirkondadele sotsiaaldemokraadid, Keskerakond ja Rahvaliit. Kõrgepalgalistele madalamat maksukoormust, kuid kõrgemaid aktsiise pooldavad Reformierakond ja IRL. Maksusüsteemi uuendamises positiivset ning suuremat rolli majanduse stabiliseerimisele näevad opositsioonierakonnad Keskerakond, Sotsiaaldemokraatlik Erakond, Rahvaliit ja Erakond Eestimaa Rohelised. Lihtsamat ning eranditeta maksusüsteemi toetavad Reformierakond ja IRL. Kõrgemat kapitali maksustamist pooldavad sotsiaaldemokraadid, rohelised ja rahvaliitlased. (Kaarna 2011)

Eesti erakondade töö- ja sotsiaalpoliitika seisukohtade kokkuvõtteks võib öelda, et kuigi kõik erakonnad käsitlesid oma valimisplatvormides töö- ja sotsiaalpoliitika komponente, on nende rõhuasetused erinevad. SDE ja KE jagavad suuri lubadusi sotsiaalkaitse, aktiivse tööpoliitika ja elukestva õppe osas ning sooviksid neid rahastada kõrgemate maksudega. SDE soovib ka töösuhete suuremat reguleerimist. Kõige tagasihoidlikumate uute lubadustega esinevad IRL ja RE, kes oluliselt tööturгу mõjutavaid toetusi ja teenuseid juurde ei luba ning makse nende rahastamiseks ei kavatse tõsta. ERL ja EER jäävad äärmuste vahepeale. ERL rõhutab rohkem tööhõiveprogramme, EER elukestvat õpet. Erakondade ühisjooneks on lubadus lihtsustada töö- ja pereelu ühitamist. Seda tahetakse teha lastehoiuteenuste kättesaadavuse parandamise abil.

Erakonnad soovivad tõsta ka töötajate turvalisust tööõnnetus- ja kutsehaiguskindlustuse abil. Samuti lubatakse tööandjatele maksusoodustusi investeerimisel töötajate tervisesse või haridusse. (Vörk & Nurmela & Osila 2011)

Haridusvaldkonna kohta on Praxise ekspertide Laura Kirsi ja Eve Mägi (2011) hinnangul erakondade programmides vähe reaalseid ideid, kuidas tõsta õpetamise kvaliteeti ja toetada õpetajat. IRL, KE ja SDE lubavad viia õpetajate palga Eesti keskmisele tasemele, mis oli teemaks juba eelmistel valimistel. Majanduslike raskustega toimetulemiseks üldhariduse tasemel pakuvad suuremaid toetusi ERL, KE ja SDE ning väiksemat tuge pooldavad EER, IRL ja RE. Kõik erakonnad on nõus vajadusega toetada üliõpilasi majanduslikult. Selget tudengipalka lubab SDE; RE lubab tõsta õppelaenu summat. KE ja SDE soovivad parandada tudengite elamistingimusi.

Erakondade ühe suure rõhuasetusena tuleb programmidest välja lastega perede toetamine. Põhieesmärkideks peetakse sündimuse jätkuvat suurenemist ja laste vaesusriski ennetamist lapsevanemate toetamise abil. Kui 2007. aasta valimislubadustes oli palju meetmeid, millega kaasata isasid laste kasvatamisse, siis 2011. aasta valimislubadustes minnakse tagasi traditsiooniliste soorollide juurde ehk siis emade toetamise juurde. Suuremat paindlikkust vanemahüvitise kasutamisel lubavad IRL, EER ja SDE. Töö- ja pereelu paindlikumat ühitamist lastehoiuteenuste kättesaadavuse parandamise abil lubavad IRL, RE, SDE, KE, EER.

Lubatakse toetusi vaesusriskis peredele (SDE, KE, ERL) ja tahetakse suurendada universaalseid toetusi (SDE, KE, EER). (Turk & Vörk 2011)

Programmides kirjeldatud tervishoiupoliitika võrdluses joonistub selgelt välja maailmavaateline valik, lähtudes küsimusest, kas riigi roll elanikele finantskaitse pakkumisel peaks suurenema. Praeguse võimuliidu erakonnad (RE, IRL) ei kirjelda programmides riigipoolse panuse suurendamist tervishoidu, vaid keskenduvad elanike tervisekäitumise mõjutamisele ja individuaalsete või tööandja-poolsete täiendavate kindlustusvõimaluste loomisele. Opositsioonierakondadel (KE, SDE) on mitmeid lubadusi, mis suunaksid oluliselt enam avaliku sektori raha tervishoiusüsteemi ning suurendaksid tööandja rolli tervishoiu finantseerimisel. (Aaviksoo & Kruus & Saluse etc)

Praxise analüüsi põhipunktidega on autoril hilisemas töös võimalik seostada seda, kuidas on põhilised valimislubadused ning loosungid seotud erakondade endi väljareklaamitud ideoloogiliste vaadetega ning kuidas need mõjutavad antud erakondade ideoloogilisi profile.

Siinkohal olgu ära märgitud ka fakt, et 2011. aasta valimised võitis Reformierakond, saades Riigikogusse 33 kohta. Keskerakond saavutas valimistel teise tulemuse ning 26 Riigikogu kohta. Erakond Isamaa ja Res Publica Liit sai Riigikokku 23 kohta ning Sotsiaaldemokraatlik Erakond 19 kohta. (Eesti Erakondade Ajalugu 2011)

2. Uurimisküsimused

Antud bakalaureusetöö üheks eesmärgiks, mida aitavad täita käesolevad uurimisküsimused, on analüüsida Riigikogu eelmisse koosseisu kuulunud kuue erakonna ideoloogilisi profile ning kaardistada erapooletute poliitiliste ekspertidega tehtud ekspertintervjuude abil ja kvalitatiivse tekstianalüüsi käigus Eesti poliitiline maastik. Antud töö teiseks ning põhiliseks eesmärgiks on välja selgitada, kuivõrd representeerisid antud kuus erakonda 2011. aasta valimiskampaania käigus oma ideoloogilisi vaateid (mis ilmnevad nende ideoloogilises profiilis) valimisreklaamis. Selle selgitamiseks kasutab autor ekspertintervjuusid erakonnapoolsete kampaania koordinaatoritega ning visuaalsete reklaammaterjalide tekstilise sisu, värvikasutuse ja sümbolite analüüsi.

Lähtuvalt kahest seotud uurimustöö eesmärgist võib välja tuua kaks peamist uurimisküsimust:

- 1) Milline on Eesti poliitiline-ideoloogiline maastik lähtudes Riigikogu eelmisse (XI) koosseisu kuulunud kuue erakonna ideoloogilistest profiilidest?
- 2) Kuivõrd representeerivad erakonnad oma ideoloogilisi vaateid valimisreklaamis?

Peamised uurimisküsimusi toetavad alaküsimused:

1. Kuhu paigutavad eelmisesse riigikogu koosseisu kuulunud kuus erakonda ideoloogilisel parem-vasak skaalal?

1.1. Milline on erakondade profiil võrreldes klassikaliste ideoloogiate käsitlustega?

1.2. Milliste ideoloogiate esindajatena näevad ennast erakonnad ning millistena näevad neid eksperdid?

2. Kas võrreldes Riigikogu eelmiste valimistega on toimunud erakondade nihkumist parem-vasak ideoloogilisel skaalal?

3. Millised võiksid olla need tunnused, mida ei saa paigutada parem-vasak skaalale ning mis need Eesti poliitilisel maastikul oleks?

4. Kuivõrd on valijad ekspertide arvates võimelised valimisloosungitest ning programmist välja lugema erakondade ideoloogilisi vaateid ja väärtusi?

5. Kuidas erakonnad representeerivad oma ideoloogilisi vaateid valimisreklaamis?

5.1 Kui oluliseks peavad erakonnad oma ideoloogiliste vaadete representeerimist valimisreklaamis?

3. Meetod ja valim

Käesolev bakalaureusetöö sisaldab endas empiirilist uurimust, mille eesmärgiks on leida vastused eelnevalt püstitatud uurimisküsimustele. Töö käigus kaardistatakse ideoloogiatest lähtuvalt Eesti poliitiline maastik ning selgitatakse, kuivõrd sisaldasid 2011. aasta Eesti riigikoguvalimiste valimisreklaamid erakondade ideoloogilisi vaateid Riigikogu eelmisse koosseisu kuulunud kuue erakonna näitel. Uurimisküsimustele saadakse vastused peamiselt ekspertintervjuude ja nende kvalitatiivse analüüsimise teel. Lisaks analüüsib autor visuaalseid reklaammaterjale nagu välireklaam ja reklaamvideod, kuna autori arvates võtavad need kõige paremini kokku erakondade põhiloosungid ja reklaamide sisulise fookuse. Ka visuaalsete materjalide analüüsimiseks kasutab autor kvalitatiivse tekstianalüüsi meetodit, analüüsides eelkõige just valimisreklaami tekstilist sisu. Analüüsitavad reklaammaterjalid on pärit erakondade kodulehekülgedelt, saadetud autorile kampaaniate koordinaatorite poolt või kogutud kokku erakondade Tartu piirkonna kontoritest.

Autor kasutab uurimustulemuste saamiseks poolstruktureeritud ekspertintervjuusid, kus autor on valmistanud ette rea küsimusi, mida esitada paindlikus järjekorras ning konteksti sobivas sõnastuses. Meetodiks on autor valinud süvaintervjuu, kuna enamik küsimusi, millele soovitakse vastust, vajavad pikki ja põhjalike vastuseid. Samuti on intervjuu antud juhul hea meetod, sest uurimuse eesmärgiks on uuritava nähtuse mõistmine ja kaardistamine. Eesmärk oli esitada kõik plaanitud küsimused, kohandades neid intervjuu käigu ja iseloomuga, mida autor ka tegi.

Kõik intervjuud viidi läbi suuliselt, salvestati diktofoniga (salvestised autori valduses) ning litereeriti. Küsimused, mida intervjueeritavalt küsiti, on kõik seotud Riigikogu eelmisse koosseisu kuulunud kuue erakonnaga. Seda põhjusel, et antud erakonnad mängisid autori arvates Eesti poliitilisel maastikul 2011. aasta valimiste ajal võtmerolli.

Lähtuvalt kahest peamisest uurimisküsimusest valis autor intervjueeritavateks kahte eri sorti eksperdid ning sellest lähtuvalt valmistas ette ka kaks erinevat intervjuu küsimustiku (vt lisa 1.1.). Esimese kolme ekspertintervjuu eesmärk oli kaardistada Eesti poliitiline maastik kõrvaltvaatajast eksperdi pilgu läbi ning saada neilt hinnang sellele, kuivõrd on nende arvates valimisreklaam siiaamaani nii antud (2011. aasta) valimiste käigus kui ka varasemate riigikoguvalimistega võrreldes representeerinud kõne all olevate erakondade ideoloogilisi

vaateid. Antud kolm intervjuueeritavat on isikud, kes oma igapäevatöös puutuvad kokku poliitikaga ja valimiste analüüsiga ning kes autori arvates on adekvaatsed inimesed, kaardistamaks ja lahtimõtestamaks Eesti poliitmaastikku. Intervjuueeritavateks olid propaganda ja kommunikatsiooni uurija Agu Uudelepp, TNS Emori sotsiaal- ja brändinguvaldkonna uuringuekspert Aivar Voog ning Tartu Ülikooli riigiteaduste instituudi õppejõud ja politoloog Mihkel Solvak. Edaspidi nimetab autor neid kolme intervjuueeritut sõltumatuteks poliitikaekspertideks, kuna nad on oma vaadetelt sõltumatud, analüüsides kõiki kuut erakonda ning samal ajal mitte kuuludes ühessegi neist.

Ülejäänud viis ekspertintervjuud on läbi viidud erakondade kampaaniajuhtidega, selgitamaks välja, kuidas väljenduvad erakonna ideoloogilised vaated valimisreklaamis ning kui oluliseks peavad erakonnad oma ideoloogiliste vaadete representeerimist valimisreklaamis. Algselt oli autoril plaanis läbi viia kuus ekspertintervjuud, kõigi kuue erakonna kampaaniajuhtidega, nagu ka sissejuhatuses oli mainitud, kuid vaatamata eelnevale kokkuleppele ei olnud autoril võimalik sooritada intervjuud Eestimaa Rahvaliidu esindajaga, kes alguses vedas autorit alt ja pärast ei vastatud ei kõnedele ega e-mailidele.

Kui kolmes esimeses ekspertintervjuus räägivad analüütikud kõigist kuuest erakonnast, andes neile hinnanguid ja võrreldes neid omavahel, siis viies erakonna kampaaniakoordinaatori intervjuus keskendub iga ekspert ainult oma erakonnale. Erakondade kampaaniajuhid, keda autor intervjueeris, olid Piret Hartman (SDE), Mattias Luha (EER), Annika Arras (RE), Tiit Riisalo (IRL) ja Andres Hiie (KE). Edaspidi nimetab autor erakondade kampaaniakoordinaatoreid ka erakondlikeks poliitikaekspertideks.

Antud valim on jaotatud kahte gruppi, et tagada uurimustulemuste objektiivsust. Kampaaniajuhid esindavad viit erakonda kuuest, lisatud on ka poliitekspertide üldine arvamus kõigi kuue erakonna positsiooni kohta Eesti poliitmaastikul ning selle kohta, kuivõrd pööravad nende arvates erakonnad tähelepanu oma ideoloogiliste vaadete esindamisele valimisreklaamis.

Peale selle, et autor analüüsib kvalitatiivse tekstianalüüsi meetodil ekspertintervjuusid, analüüsib ta ka erakondade valimisreklaame. Analüüsitavaks reklaamiks on mitte otsene kinnimakstud reklaam, mida on võimalik visuaalselt analüüsida – välireklaam ja videoreklaam. Materjalid on kokku kogutud erinevate erakondade esindajate käest ning laetud alla ka internetist.

Erinevate ekspertide kaasamine uuringusse ning valismaterjalide analüüs annavad autori arvates kokku mitmekülgse ja usaldusväärse valimi, selgitamaks välja vastuseid kahele põhilisele uurimisküsimusele: 1) Milline on Eesti poliitiline-ideoloogiline maastik lähtudes Riigikogu eelmisesse (XI) koosseisu kuulunud kuue erakonna ideoloogilistest profiilidest? 2) Kuivõrd representeerivad erakonnad oma ideoloogilisi vaateid valimisreklaamis?

4. Tulemused

Käesolevas peatükis analüüsib ja võrdleb autor kvalitatiivse tekstianalüüsi meetodil oma ala ekspertide intervjuusid ning nende seisukohti, et saada vastused eelnevalt püstitatud uurimusküsimustele, mõista Eesti poliitilist maastikku ning erakondade lähenemissuundi reklaamile ning kommunikatsioonile üldiselt.

Veel toob autor antud peatükis välja Riigikogu XI koosseisu kuulunud kuue erakonna valimisreklaami analüüsi tulemused, selgitamaks ka omaltpoolt välja, kuivõrd palju kajastuvad erakondade valimisreklaamide loosungites ning visuaalses küljes nende ideoloogilised vaated.

Analüüsi ja tulemuste osa jaotab autor kolmeks alapeatükiks. Esimene peatükk räägib eelkõige sellest, milline on erakondade ideoloogiline profiil ning paigutus Eesti poliitilisel maastikul kolme sõltumatu poliitika eksperdi (Agu Uudelepp, Mihkel Solvak, Aivar Voog) arvates ning erakondade esindajate/kampaaniajuhtide arvates [Piret Hartman (SDE), Mattias Luha (EER), Annika Arras (RE), Tiit Riisalo (IRL) ja Andres Hiie (KE)]. Teine alapeatükk pühendub Riigikogu 2011. aasta valimiskampaaniate ja nende tendentside lahtiseletamisele, et selgitada välja, kui oluliseks peavad erakonnad oma kampaaniates ideoloogilise profiili kajastatust.

Kolmas tulemusi välja toov alapeatükk analüüsib kuue uurimise all oleva erakonna valimisreklaame, selgitamaks mil viisil kajastub seal erakondade ideoloogiline profiil.

4.1. Erakondade ideoloogiline profiil ekspertide hinnangul

Antud alapeatükk käsitleb ekspertintervjuudest saadud tulemusi, et mõtestada lahti Eesti poliitika kuue erakonna ideoloogilisi profile ning selgitada välja, kuidas ideoloogilisest vaatepunktist näevad end erakonnad ise ning kuidas näevad neid sõltumatud eksperdid. Antud alapeatükk keskendub eelkõige Agu Uudelepa, Mihkel Solvaku ning Aivar Voogi kui sõltumatute ekspertide arvamusele, kuid kattuvates küsimustes on sisse toodud ka kampaaniakoordinaatorite arvamusi oma erakonna positsioonist poliitmaastikul ja nende ideoloogilistest profiilidest.

4.1.1. Erakondade paiknemine ideoloogilisel parem-vasak jaotusskaalal ekspertide hinnangul

Parem- ja vasakpoolsuse ideoloogilisele skaalale on võimalik ekspertide arvates üheselt mõistetavalt jaotada erakondi eelkõige majandus- ja maksupoliitika alusel. „*Noh mille alusel üldse seda ideoloogiat defineerida, Üldiselt reeglina selline keskne oleks ikka mingisuguse selle indiviidi ja riigi vahekord, pluss siis mingisugused maksuküsimused*“ (Solvak 2011: 6). Ka Agu Uudelepp (2011) toob välja, et üks põhilisi ideoloogilisi küsimusi, mida saab parem-vasak ideoloogilisel skaalal eristada, on majandusküsimused. Samal seisukohal on ka Aivar Voog. „*No oleneb mis teemal rääkides, et ma ütlen, et kui maksuteemal, siis ideoloogia tuleb kõige paremini välja eksju*“ (Voog 2011: 52).

Kuigi Solvak (2011) tõi välja, et lisaks majandus- ja maksupoliitikale on hea eristada parem-vasak skaalal veel ka riik vs indiviidi tasandit ja Uudelepp (2011) nentis, et ka sotsiaalküsimusi saab sellel skaalal eristada, siis kõigi kolme ühtse arusaama kohaselt on ideoloogilised vaated kõige paremini eristatavad majandus- ja maksupoliitika alusel.

Tihti peale vastanduvad erakonnad sõltumatute ekspertide arvates nii loosungites kui ka oma väljaütlemistes üksteisele pigem koalitsioon *versus* opositsioon kui ideoloogiliste tunnuste alusel. Voog toob välja, et kõige parem erakondi vaateliselt ja väärtuseliselt eristav mõõde on see, kas ollakse opositsioonis või koalitsioonis. „*Aga see on ikka teoreetiline asi, et praktikas ta väljendub selles, kes on võimul ja kes on opositsioonis*“ (Voog 2011: 2). Ka Agu Uudelepp ütleb, et opositsioon vastandab end oma kommunikatsioonis koalitsioonile. „*[...]kes on võimul, on pätt, mina ei ole võimul, järelikut mina ei ole pätt. Järelikut valige mind võimule, sest ega mina päti ei lähe[...]*“ (Uudelepp 2011: 14). Samuti lisas Uudelepp (2011) siinkohal, et näiteks maksuküsimustes jaotuvad erakonnad ideoloogiliselt paaridena nii, et IRL ja RE paremal ning SDE ja KE vasakul ehk siis opositsioon vs koalitsioon. Politoloog Solvaku arvamuse kohaselt ei käivaidlus mitte parem- või vasakpoolse ideoloogia, vaid opositsiooni ja koalitsiooni vahel. „*[...]et noh praegune vaidlus veel käib, või mina ütleks, et ei käi mitte selle vasak- ja parempoolse vahel, vaid lihtsalt võimulolevate, kaua võimulolnute, ning opositsiooni vahel*“ (Solvak 2011: 24).

Üldjoontes jaotavad eksperdid Riigikogu eelmisesse (X) koosseisu kuulunud erakondi parem-vasak ideoloogilisel skaalal sarnaselt, kuid mõningate iseärasustega.

Sõltumatud eksperdid paigutasid erakondi parem-vasak ideoloogilisele skaalale sarnaselt või siis ei osanudki kuhugi paigutada.

Kõikidel ekspertidel oli raske paigutada parem-vasak ideoloogilisele skaalale Eestimaa Roheliste erakonda. Kui Solvakul ja Voogil oli raskusi antud erakonna paigutamisega, siis Uudelepp (2011) võttis kahe erakonna (ERLi ja EERi) suhtes seisukoha, et neil polegi ideoloogiat ning need pole ka õiged erakonnad. „*Kõigepealt väike remark minu poolt siia vahele. Rohelised ei ole erakond, räägitagu mis tahes, klassikalises mõttes pole nad olnud ja nad praegu annavad oma parima selleks, et näidata et nad ei ole seda(.) Ja Rahvaliidu puhul puhtalt struktuuriliselt on erakond olnud, praegu neil puudub maailmavaade täielikult [...]*“ (Uudelepp 2011: 2). Uudelepp (2011) nimetab Eestimaa Roheliste ideoloogiat pigem protestiks teiste erakondade vastu. „*Artur Talvik, lapsesuu, ütles ausalt välja, et neid ühendab protest, aga protest ei ole ju ideoloogia, sellepärast, et ideoloogia ehitab midagi. Ta tahab saavutada mingit ühiskondliku muutust, aga protest on ainult see esimene samm, mis lammutab olemasoleva [...] Mina valijana tahaksin edasi teada, et mida positiivset te edasi teete peale lõhkumise. Lõhkumine ei ole ideoloogia*“ (Uudelepp 2011: 82). Ka Solvak (2011) nendib, et rohelist on ideoloogia alusel raske kuhugi paigutada. Solvaku (2011) arvates roheliste erakond kitsas survegrupp, kelle läbivaks probleemteemaks on keskkonnakaitse ja kes laiematele küsimustele pöörab vähem tähelepanu.

Küsimuse peale, kuivõrd on võimalik roheliste ideoloogilistest vaadetest aru saada, ütleb Voog (2011): „*Ei ole enam. Ma ütlen, nad on võtnud selle eristumise idee, selle ekstreemantsuse.*“

Intervjueeritud EERi esindaja Mattias Luha (2011) nentis ka ise, et parem-vasak ideoloogilisele jaotusskaalale on rohelist raske paigutada. Roheliste puhul tõi ta erakonnasiseselt välja kaheksjaotumise, kus ühele poole jäävad pigem parempoolse mõtteviisiga inimesed, kes toetavad säästva ja modernse tehnoloogia arengut ja seda soosivat parempoolset majanduskeskkonda ning teisele poole jäävad vasakpoolse maailmavaatega sotsiaalsete väärtuste pooldajad, mis tuleb ka välja nende 2011. aasta kodanikupalga kehtestamise ideest. Kuigi Luha (2011) arvas, et erinevate tunnuste alusel võiks rohelist paigutada nii vasakpoolseks kui ka parempoolseks parteiks, ollakse ametlikult siiski pigem vasakpoolsed. „*Ametlikult ma arvan jah, et roheline on vähe vasakpoolsem partei*“ (Luha 2011: 6).

Antud ütlustest ning roheliste valimislubadustest lähtuvalt ei saa ka autor paigutada Erakonda Eestimaa Rohelised parem-vasak ideoloogilisele skaalale, kuna eri tunnuste alusel jaotuvad nad erinevalt, nagu kinnitas ka EERi kampaaniajuht.

Kui rohelised parem-vasak ideoloogiliselt skaalalt välja, jääb paigutamiseks järele veel viis Riigikogu X koosseisu kuulunud erakonda: IRL, SDE, KE ja ERL (mida Uudelepp samuti kuhugile ei paigutanud).

Keskerakonna liigitavad kõik sõltumatud eksperdid vasakpoolse maailmavaate esindajaks. Solvak (2011:8) ütleb: „*Et noh selle profiili järgi klassifitseeriks ta vasakpoolseks erakonnaks ikkagi pigem.*“ Voog (2011: 10) nendib: „*Aga üldiselt jah ikka vasakpoolne Kesk.*“ Ka Uudelepp (2011) arvab, et Keskerakond kuulub vasak parteide hulka. Kõik eksperdid paigutavad Keskerakonna ühtselt parem-vasak ideoloogilise skaala vasakule poole. Kindalt vasakpoolseks parteiks liigitatakse Keskerakonda just tema maksupoliitika tõttu, sest ta toetab astmelist tulumaksusüsteemi. Siiski nendib Solvak (2011), et varem Reformierakonnaga koalitsioonis olles loobus Keskerakond oma võtmeküsimustest (sh astmelise tulumaksusüsteemi kehtestamisest) ning kuivõrd see erakond ei käitu alati oma lubaduste kohaselt, on raske jagada teda programmiliselt parem- või vasakpoolseks.

Keskerakonna ideoloogiliselt vasakpoolset käitumist näitlikustavad eksperdid ka Eesti Raudtee tagasiostmisega, mis väljendab vasakpoolse ideoloogia seda aspekti, et riik peaks majandusse rohkem sekkuma ning strateegilised ettevõtted võiksid olla riigi käes. Näiteks Solvak (2011: 10) ütleb: „*No mingeid asju nad ka tegid. Tegid nii, et nagu nad lubasid. Nt Eesti Raudtee tagasiostmine. Teatud tingimustel võib ka selle liigitada natuke vasakpoolsema arusaama järgi, et riigil peab olema mingisugune osalus mingites monopolides ja strateegilistes ettevõtetes.*“

Keskerakonna kampaaniakoordinaator Andres Hiie (2011) paigutab oma erakonna kindlalt tsentristliku maailmavaatega erakonnaks. Samuti nendib ta, et astmelise tulumaksu pooldamine pole kindlasti maailmamastaabis ainult vasakparteide rida. „*Või ikkagi meil on selline tsentri maailmavaade, tsentristlik maailmavaade*“ (Hiie 2011: 6).

Samas tunnistab Hiie, et erakond on pigem suurema riigipoolse sekkumise poolt inimeste elu korraldamisel ehk siis ollakse nõ paksu riigi poolt ja õhukese vastu, ning et see on pigem vasakpoolse maailmavaate tunnus.

Sotsiaaldemokraatlik erakond liigitatakse samuti parem-vasak ideoloogilisel skaalal vasakule. Uudelepp võrdsustab teatud küsimustes sotsiaaldemokraate Keskerakonnaga, öeldes, et oma vormilt ja seisukohtadelt nad majanduspoliitikas teineteisest oluliselt ei erine, eelõige just astmelise tulumaksu ning suurema riigi-poolse majandusse sekkumise nõude tõttu.

Solvak (2011) ütleb samuti, et Sotsiaaldemokraatlik Erakond on vasakpoolne ning nendib ka, et kuigi tsentrist paremal pool olevad erakonnad on tugevamad, asetub rohkem erakondi siiski vasakule poole. Ka Voog (2011) liigitab sotsiaaldemokraadid vasakpoolseteks, kuid viidates (nagu Solvak Keskerakonna puhul) sellele, et sotsid on valimisliidus olles ohverdanud oma vasakpoolsed vaated majandusküsimustes. „*Sotsiaaldemokraadid? Nad olnud selles parempoolses koalitsioonis jah 2007 kuni 2009, et seal nad ei paistnud kuidagi oma vasakpoolsusega silma. Oletatava vasakpoolsusega*“ (Voog 2011: 12). Sotsiaaldemokraatidele omistatakse ka võrdlemisi liberaalset käitumist, näiteks tolerantset suhtumist seksuaalvähemustesse. Siiski nendib Solvak (2011), et hoolimata sellest, et mõningates väljaütlemistes on näha sotsiaaldemokraatide postmodernset hoiakut, puuduvad neil paikapanevad seisukohad. „*Ideoloogia järgi vaadates võiks neid paigutada rohkem postmodernseks või mitte, aga tegelikult... noh, nad ei käitu nii ja ei julge neid asju niimoodi välja öelda minu arust*“ (Solvak 2011: 12).

Eksperdid selgitavad teatud asjade suhtes kindlate seisukohtade puudumist, mis ka programmi sisse kirjutatakse, sellega, et Eesti neli suuremat erakonda (SDE, KE, IRL, RE) on muutunud massiparteideks, kus ei ole kasulik rääkida ühiskonnas paljude seas tabuks olevatel teemadel, et mitte kaotada hääli. „*[...] instrumentaalselt ei julge neid seisukohti välja öelda, kuna nad teavad et laiemas ühiskonnas on see teema mingisugune tabu*“ (Solvak 2011: 12). Ka Voog (2011) on seisukohal, et väga kardinaalselt teistest eristumine pole kasulik *mainstream* parteidele, kel on suur toetajaskond, kuna see võib kaasa tuua häälte kaotamise.

SDE kampaaniakoordinaator Piret Hartman ütleb, et Sotsiaaldemokraatlik Erakond on kindlasti vasakpoolne partei. Sealjuures nendib ta, et võrreldes mujal maailmas olevate sotsiaaldemokraatidega ollakse mõningates küsimustes ka parempoolse hoiakuga. „*Kindlasti me oleme vasakul poolel, et selles pole küsimust, et kui meie seda valimisprogrammi lugeda ja paljud spetsialistid seda lugesid, siis nad ütlesid, et loomulikult me oleme nagu võib-olla parempoolsemad kui paljud teised vasakpoolsed jõud kuskil teistes riikides, aga see tuleneb ka sellest, et me peame täna lähtuma sellest olukorrast, mis Eesti riigis on*“ (Hartman 2011: 16). Näiteks toob ta asjaolu, et hoolimata sellest, et ideoloogilisest vaatepunktist peaksid nad samuti nagu IRLgi nende valimiste ajal, kõigile tasuta kõrgharidust pakkuma, kuid lähtuvalt ühiskonna hetkeseisust ei ole seda võimalik nende meelest tagada, mistõttu nad seda ka ei luba.

Kui roheliste puhul on eksperdid konsensusel, et neid on raske kuhugi paigutada, siis suhtumine **Eestimaa Rahvaliidu** paigutamisse on Uudelepal erinev teisest sõltumatutest

ekspertidest, jättes selle erakonna paigutamata, kuna ta leiab, et neil puudub ideoloogiline maailmavaade. „*Ja Rahvaliidu puhul puhtalt struktuuriliselt on erakond olnud, praegu neil puudub maailmavaade täielikult[...]*“ (Uudelepp 2011: 2). Solvak see eest paigutab Rahvaliidu skaala vasakpoolsele küljele. „*[...] Rahvaliit ka tegelikult sihuke, kuigi noh see pilt, mida nad üritavad jätta, on mingisugune rahvuslikkonservatiivne, siis sotsiaalpoliitika poolt vaadates on nad ikka(.) vasakpoolse erakonna moodi nad välja näevad*“ (Solvak 2011: 2). Voog paigutab samuti Rahvaliidu vasakpoolseks erakonnaks. „*Keskerakond ja Rahvaliit oleks seal kõige rohkem vasakul [...]*“ (Voog 2011: 14). Kokkuvõtvalt võib öelda, et Rahvaliit paigutub sõltumatute ekspertide arvates kas skaala vasakule poolele või ei paigutugi kuhugi.

Rahvaliidu esindaja ning kampaania juhi ...[intervjuu temaga puudub veel]

IRLi ja Reformierakonna paigutavad kõik eksperdid parempoolseteks. Voog (2011) ütleb, et paremal pool tuleb IRL ja siis Reformierakond kui kõige liberaalsema ideoloogiaga erakond. Uudelepp (2011) paigutab need kaks erakonda samuti paremale poole ning nendib nagu Keskerakonna ja sotsidegi puhul, et nad on justkui paaris ning eristuvad paarisiseselt üksteisest võrdlemisi vähe. Ka Solvak (2011) paigutab IRLi ja Reformierakonna eelkõige maksunduspoliitika alusel parempoolseteks.

IRLi esindaja Tiit Riisalo ütleb, et nad paigutavad ise oma erakonna ideoloogiliselt parem-vasak skaalal võrdlemisi keskele. „*[...] parem-konservatiivus on niiöelda mõistlikult seal keskel*“ (Riisalo 2011: 36).

Reformierakonna esindaja Annika Arras ütleb, et RE on antud skaalal parempoolse osa keskel. „*[...]kui sa võtad selle skaala ainult parempoolse osa, siis selle parempoolse osa keskel pigem või grammike paremale sealt veel, et äärmuslik parem me kindlasti ei ole, see on hoopis midagi muud ja liigselt tsentris me ka ei ole, sest meie majanduspoliitika on siiski nagu kaugel tsentrist*“ (Arras 2011: 22).

Kokkuvõtteks võib öelda, et kõige ühemõttelisemalt ja selgemalt jaotuvad erakonnad ekspertide arvates vasak- ja parempoolsuse ideoloogilisele jaotusskaalale majandus- ja maksuküsimuste põhjal.

4.1.2. Erakondade poliitilise tegevuse vastamine nende üldlevinud ideoloogilisele maailmavaadetele

Kuigi eksperdid jaotavad erakonnad ideoloogilisele parem- ja vasakpoolsuse skaalale eelkõige majandus- ja maksupoliitika alusel sarnaselt, tulevad muudes küsimustes (nt sotsiaalküsimustes) sisse aspektid, mis ekspertide arvates ei vasta alati nende üldlevinud ideoloogilisele maailmavaatele. Siinkohal peab ära märkima, et vaid Isamaa ja Res Publica Liidu ja Reformierakonna kodulehekülgedelt oli eraldi lingina võimalik leida erakonna maailmavaatelised seisukohad. Mingil määral oli sümboolika all räägitud maailmavaatest ka Sotsiaaldemokraatliku Erakonna ja Rahvaliidu koduleheküljel.

Solvak arvab, et ideoloogiatest lähtuvalt on erakondade profiilid hägustunud ning programmide alusel on raske erakondi poliitmaastikule paigutada, kuna nad ei käitu vastavalt oma programmile.

„Eesti erakondade puhul ma tegelikult ütleks, et seda laiemat filosoofilist arusaama on [...] Et varem jah oli see arvatavasti selgemini profileeritud. Et näiteks reform ja võib-olla IRL ka mingil määral aga (.) aga nüüd ma ütleks, et filosoofiline pool seal nii kergesti välja loetav pole. [...] Keeruline on neid paigutada, kuna nad ei käitu oma programmide alusel“ (Solvak 2011: 6).

Reformierakond (2011) nimetab ennast Eestis liberaalse maailmavaate eestvedajaks, kelle poliitika põhineb lihtsatel liberaalsetel väärtustel, nagu üksikisiku vabadus ise otsustada, ettevõtlike inimeste ja ettevõtjate kaitsel, madalatel maksudel ning sallivusel. Paraku arvavad intervjuueeritud sõltumatud eksperdid, et Reformierakonna tegevus ei vasta alati nende ideoloogilisele profiilile. Siinkohal tuleks ka mainida, et kõige rohkem tõidki eksperdid esile Reformierakonna mittevastamist oma liberaalsele maailmavaatele. „*Reformierakond on tulnud järjest sealt liberaalse konservatiivse poole ja praegu on ta juba nullpunktis konservatiivse pool oma tegevusega, sest liberalismiks ei piisa sellest kui deklareerida, et me alandame üksikisiku tulumaksumäära, mida ei ole ka tükk aega tehtud*“ (Uudelepp 2011: 24). Reformierakond ei ole Uudelepa (2011) arvates liberaalne ka ühiskonna avatuse koha pealt. Ka Solvak arvab, et kui välja arvata majanduspoliitika, on Reformierakond teatud tingimustel

nõus oma liberaalseid vaateid ohverdama. „*Vaadates ka mingeid muid valdkondi, siis näha on, et nad on ebamäärasemad oma väljaütlemistes [...] okei see majanduspoliitika üks asi, aga kui me räägime sellest liberaalsusest, siis see peaks kuidagi laiemalt olema. Seal peaks see olema laiemalt mingisugune kodaniku õiguste kaitse sellises ulatuses, et see on see kõige kõrgem asi. Et ei ole tegelikult õigustatud näiteks mingi riigipoolne üleriigiline jälitustegevus ja mingid sihukesed asjad*“ (Solvak 2011: 28).

Kui teorias arvavad eksperdid, et vasakpoolsed erakonnad peaksid olema rohkem huvitatud sekkumisest sotsiaalpoliitikasse ning parempoolsed vähem, siis Eestis see nende arvates alati nii ei ole. Näiteks Reformierakonna sotsiaalpoliitika kohta ütleb Voog (2011), et see on küllalt vasakpoolne, kui arvestada, et nad toetavad vanemahüvitiste jätkumist. „*Et selles osas nad ei ole eriti liberaalsed ju, et nad on ikkagi, et nad toetavad seda suurt riigipoolset toetust onju*“ (Voog 2011: 24). Ka Uudelepp (2011: 24) leiab, et riigipoolsete toetuste koha pealt pole Reformierakond liberaalne : „*[...] Ja kõikvõimalikud sellised asjad: vanemahüvitis – mis pagana liberaalsus see on.*“

Siinkohal leiab autor, et tähtis on vaadata ka diskursust, milles eelnevalt mainitud erakond oma lubadusi esitab. Nimelt kuulub Reformierakond liberalistlike erakondade hulka, kus ei pooldata seda, et kõikidele võrdselt toetusi jagatakse vaid eelistatakse nõ vajadustepõhiseid toetusi. „*Reformierakond lähtub eelkõige vajadusepõhisest ja mitte sellest, et jagame võrdselt kõigile*“ (Arras 2011: 6). Muidugi on tähtis vaadata ka seda, mida tähendab vajadustepõhine, kuna sotsiaaldemokraatlikus maailmavaates ning liberaalses maailmavaates on see erinev. Siinkohal tuleb tähele panna, et näiteks sotsiaaldemokraatlikus maailmavaates on tähtsal kohal nõue, et toetuste jagamine oleks universaalne, Reformierakonnal kui liberalistidel on vanemahüvitiste jagamine aga seotud eelneva sissetulekuga, mistõttu ei saa väita, et tegemist on vasakpoolsele maailmavaatele omase poliitilise käitumisega, kus domineerib võrdsuse põhimõte. Seetõttu ei saa vanemahüvitiste maksmist pidada vasakpoolse maailmavaate tunnuseks. Ka Arras (2011) nendib, et viimastel aastatel on elukeskkonna mõjudest lähtuvalt liigutud paremalt skaala poolelt natuke skaalal vasaku poole sotsiaalküsimustes. „*Aga võib-olla mõningate sotsiaalsete meetmetega, mis siin eriti viimastel aastatel on... võib-olla see on see, mis tõmbab natuke sinna keskema poole tagasi, tänu millele, me ei lähe sinna paremäärmusesse, et jah*“ (Arras 2011: 22).

Kokkuvõtvalt võib öelda, et Reformierakond käitub maksu- ja majanduspoliitika küsimustes ekspertide arvates kindlasti nagu liberaalne erakond, kuid teistes valdkondades on ette tulnud

ka mitteliberaalset käitumist. Indiviidi vs riigi tasandil on ohvriks toodud indiviidi privaatsus. Samuti välditakse sõltumatute ekspertide arvates mõningaid mittepopulaarseid võrdõiguslikkuse teemasid ega järgita kõikides küsimustes avatud ühiskonna ideaali. Sotsiaalküsimustes on ka RE enda esindaja nõus, et mõneti on liigutud paremäärmusest kaugemale vasakule.

Sotsiaalküsimustes ei vasta ka **IRL** ekspertide hinnangul alati oma parempoolsele maailmavaatele. „IRL, parempoolne erakond, lubab tasuta kõrgharidust ja emapensioni, ent see pole ju üldse see parempoolsete temaatika. Et need lubadused, ei vasta üldse tegelikult mingile baasideoloogiale tegelikult, et see on pigem nagu mingisugusest päevakohasest situatsioonist tingitud“ (Voog 2011: 30). IRL defineerib end ise ideoloogiliselt rahvuslik-konservatiivse erakonnana, ning ka Uudelepp ütleb, et oma olemuselt IRL seda ka on (2011: 58) : „Oma valimislubadustega on väljas IRL, rahvuslik-konservatiivne erakond oma olemuselt, seda nende lubadused enam vähem olemuselt ka on.“ Solvak arvab samuti, et IRLi poliitika vastab nende rahvuslikkuse profiilile. „[...] perekond on ka väärtus omaette, aga selle taga on ikka mingi eestluse püsimine ja seal valitseb ka jällegi täielik konsensus tegelikult“ (Solvak 2011: 36).

Ka IRLi enda esindaja rõhutab eelkõige erakonna rahvuslik-konservatiivseid väärtusi. Sellest aspektist lähtuvalt põhjendab Riisalo (2011) 2011. aasta valimiste ajal ka tasuta kõrghariduse ja emapensioni lubadust, mille lõppeesmärgiks on eestluse hoidmine.

Kuigi rahvusliku ja konservatiivse ideoloogilise hoiakuga IRL käitub sellele vastavalt ning ka majanduspoliitika alusel võib teda liigitada parempoolseks erakonnaks, esineb sotsiaal- ja haridusküsimustes erakonna poliitikas kohati ka vasakpoolsete maailmavaadete ilminguid, olgu need siis põhjendatud rahvuslike hoiakute või millegi muuga.

Keskerakonna liigitavad sõltumatud eksperdid vasakpoolse ideoloogilise profiiliga erakonnaks, kuid nendivad, et alati erakond vasakpoolsele siiski ei käitu. Keskerakonna kohta arvab Uudelepp, et nad lähtuvad oma poliitilises tegevuses pigem oma valijast kui ideoloogiast: „[...] nad lähtuvad oma valijaskonnast ja neil on sügavalt ükskõik, mida arvavad need inimesed, kes jäävad väljapoole nende sihtgruppi“ (Uudelepp 2011: 62).

Solvak nendib (2011: 8): „Et noh selle profiili järgi klassifitseeriks ta vasakpoolseks erakonnaks ikkagi pigem. Aga noh see on jällegi programm.“ Voog toob välja, et mõningatel juhtudel käitub Keskerakond oma vasakpoolsele profiilile mittevastavalt: „ [...] aga võib-olla

mõningad asjad on hoopis väga parempoolsed, et toetab oma Keskerakonna toetajaskonda ärimeeeste näol. Et võib olla jah väga parempoolne.“ (Voog 2011: 10)

Keskerakonna valimiskoordinaator ütleb aga kindlalt, et nad on oma maailmavaatelt hoopiski tsentristlik partei.

Autor paigutab Keskerakonna siiski pigem parem-vasak ideoloogilise skaala vasakule poole, kuna nad on oma väljaütlemistes õhukese riigi vastu ning pooldavad suuremat sekkumist sotsiaalküsimustesse. Samuti pooldavad nad kõigile tasuta kõrghariduse tagamist ning sotsiaaltoetuste suurenemist.

Oma üldisele ideoloogilisele profiilile mittevastavalt on sõltumatute ekspertide arvates käitunud ka **Sotsiaaldemokraatlik erakond**, olles koalitsioonis parempoolsetega ning seega ohverdanud seal oma mõningad võtmeseisukohad nagu seda on teinud ka Keskerakond. *„Sotsiaaldemokraadid? Nad olnud selles parempoolses koalitsioonis jah 2007 kuni 2009, et seal nad ei paistnud kuidagi oma vasakpoolsusega silma. Oletatava vasakpoolsusega“ (Voog 2011: 12).* Võib isegi öelda, et sotsiaaldemokraadid on mõningatelt vaadetelt kohati isegi liberaalsemad kui liberaalne Reformierakond, kuna on oma väljaütlemistes toetanud näiteks seksuaalvähemusi. *„[...] pigem omistatakse sellist liberaalset suhtumist ka sotsiaaldemokraatidele[...]" (Solvak 2011: 12).*

Nagu juba mainitud, ütles SDE kampaaniajuht (Hartman 2011), et viimaste valimiste ajal olid nad nt tasuta kõrghariduse tagamise küsimuses isegi vähem vasakpoolsed kui IRL, kuna arvasid, et ühiskondlikust kontekstist tulenevalt pole võimalik kõigile võrdselt tasuta kõrgharidust lubada, kuid on võimalik suurendada tasuta õppekohtade arvu. *„Me oleme võib-olla parempoolsemad kui paljud teised vasakpoolsed jõud kuskil teistes riikides“ (Hartman 2011: 16).*

Kuigi **Rahvaliit** on Mihkel Solvaku (2011) arvates üritanud jätta endast muljet kui rahvuslik-konservatiivse suuna esindajast nagu seda on ka mitmes mõttes parempoolseks paigutuv IRL, kalduvad ka nemad oma sotsiaalpoliitikas pigem vasakpoolsusse. *„Rahvaliit ka tegelikult sihuke, kuigi noh see pilt, mida nad üritavad jätta, on mingisugune rahvuslikkonservatiivne, siis sotsiaalpoliitika poolt vaadates on nad ikka vasakpoolse erakonna moodi välja näevad.“ (Solvak 2011: 2).* Autori arvates leidub ERLi ja IRLi väljaütlemistes palju sarnasusi. Nimelt on Rahvaliit sotsiaalsetes küsimustes kindlasti vasakpoolne, toetades laste pealt pensionilisa maksmist ja pensionite suurendamist. Teisalt aga leidub Rahvaliidu valimisplatvormis ka lubadusi, mis tunduvad pigem parempoolsed, nagu näiteks maksude

vähendamise toetamine, ning nõue, et tähelepanu keskmes olgu inimene (parempoolsetele maailmavaadetele on omane indiviidi vajaduste eelistamine riigi omade ees). Maksupoliitika alusel liigitaks autor Rahvaliidu pigem parempoolseks erakonnaks nagu seda on IRLigi ning sotsiaalpoliitika alusel vasakpoolseks. Oma rahvusliku maailmavaadet presenteerib Rahvaliit aga selgelt nii oma valimisloosungites kui ka valimisplatvormi sisus, toetades Eestimaist toodangut ja tööd ning seades oma missiooniks eestluse elujõu hoidmise.

Rohelisi, nagu ka juba mainitud, on erapooletute ekspertide arvates raske ideoloogiliselt defineerida. Nad kerkivad küll esile keskkonnasäästlikkuse teemaga, kuid nende seisukohad ei kajasta kõiki valdkondi, mis üldiselt iseloomustab roheliste ideoloogiat mujal maailmas. „*Ideoloogia katab kõiki olulisi ühiskonna elu valdkondasid. [...] Aga meie rohelistel selline süsteemne terviknägemine, mõtlemine puudub [...] Aga kui räägitakse ainult kahest asjast, keskkond ja energeetika, siis noh jah, meil on üks väike osa ühiskonnast kaetud*“ (Uudelepp 2011: 84).

Roheliste esindaja Mattias Luha (2011) selgitab 2011. aasta valimiste teemakäsitlust sellega, et mitmed teemad võeti programmi sisse, kuna need on ühiskondlikult seisukohalt tähtsad ning annavad rohelistele võimaluse paremini meediapildis püsida. „*Ütleme nii, et siis osad teemad panime sellepärast, et me arvasime, et teised räägivad nendest, aga osaliselt siis ütleme sellepärast, et teised sellest räägivad, siis see peab olema oluline teema, kuna meie eelarve on nii väike ja meil on vaja kuidagi pildil olla, siis on kasulik rääkida samadest asjadest, millest teisedki räägivad, siis me oleme ka nagu pildil*“ (Luha 2011: 4). See põhjendus seletab ka asjaolu, miks mitmed teemad, mida valimiskampaanias tõstatati, ei olnud otseselt seotud roheliste ideoloogiaga. Ka ütleb Luha (2011) ütleb oma intervjuus, et EER kasutas oma valimiskampaanias otseselt ideoloogilise taustaga klippe ning mitte niivõrd otseselt roheliste ideoloogiaga seotud klippe „*fifty-sixty*“. Samas kinnitab ta, et nad on oma kindla rohelse maailmavaate järgimise poolest siiski väga tugevalt ideoloogiline ja teistest eristuv partei.

4.1.3. Majanduskeskkonna mõju poliitilise maastiku muutumisele

Erakondade ideoloogilist profiili ja liikumist ideoloogilisel parem-vasakpoolisel teljel on paljuskümnelt mõjutanud ka ühiskondlik kontekst.

„Et jah, et see erakonnad oma poliitilises retoorikas paratamatult peavad arvestama sellega, mis on see ühiskondlik kontekst ja sõnumiruum, sellepärast, et kui sa lähed oma sõnumiga väga välja sellest, mis inimeste jaoks on tegelik elu, siis mõtlevad inimesed, et sa oled mingi loll, kes elab pilvede järgi ja ei saa absoluutselt aru, mis see tegeliku mure ja probleem on“ (Uudelepp 2011: 18). Voog arvab, et parempoolsed erakonnad käituvad praegu mõningates sotsiaalküsimustes vasakpoolset majandussurutise tõttu. „No vastavalt rahalistele võimalustele tegutseme praegu lihtsalt, et kui ei ole raha, siis on otsitud kokkuhoiuvõimalusi“ (Voog 2011: 26). Ka Solvak on seisukohal, et masu on muutnud erakondi sotsiaalküsimustes mingil määral vasakpoolsemateks. Näiteks toob ta IRLi esinõo Mart Laari seisukohamuutuse: „Mart Laar on näiteks välja öelnud, et kui ta varem arvas, et töötuks olemine on inimese enda probleem, siis noh see kriis õpetas talle, et nii neid asju päris näha ei saa. [...] Mingisugusele kihile ei avane need võimalused, mis neil tegelikult peaksid olema. Tegelikult on see probleem, ja järelikult peaks keegi sellega tegelema. Kes muu kui siis riik peaks sellega tegelema.“ (Solvak 2011: 30)

Kui nii RE, SDE kui ka EERi kampaaniajuht märkisid, et ka ideoloogilisest aspektist on võrreldes eelnevate aastatega kaasas käidud ühiskonna vajadustega, siis IRLi kampaaniajuht Tiit Riisalo arvas, et nende kampaania ideoloogiline suunitlus jäi võrreldes majandussurutise eelse ajaga samaks. „*Selles mõttes mitte, et kui te vaatate 2007 kampaaniat, et IRL oli nagu ju see kokkuvõttev loosung „Terve pere, terve mõistus, terve Eesti“. Me räägime ju täpselt samadest asjadest.*“ (Riisalo 2011: 20). Siiski nentis ka tema, et oma ideoloogiliste vaadetega kooskõlas tuleb kaasas käia ka ühiskonna muutustega: „*Aga loomulikult kui sa hakkad tegema kampaaniat eksle, siis noh pead sa vaatama siis nagu neid hetke konteksti, et ei ole mõtet teha kampaaniat „Eesti vabaks!“ või kuidas iganes me seda sõnastame kui see parasjagu ei ole relevantne*“ (Riisalo 2011: 6).

Kokkuvõtvalt võib öelda, et erakonnad arvestavad oma ideoloogiliste vaadete kõrval ka ühiskonna hetkeolukorda ning sellest tingituna muudetakse ka teatud seisukohti. Võtmeteemasid, nagu on Reformierakonnal majandusküsimused, riigikaitse IRLil ja keskkonnateema Rohelistel, ei ohverdata.

4.1.4. Teised tunnused, mille järgi võib erakondi sõltumatute ekspertide arvates Eesti poliitikas eristada (lisaks vasak- ja parempoolsele skaalale)

Antud alapeatükis toob autor välja erapooletute ekspertide intervjuudest saadud tulemused, milliste tunnuste alusel saab Eesti erakondi veel polariseerida peale eelnevalt ekspertide poolt välja toodud majandus-, maksu- ja sotsiaalküsimuste.

4.1.4.1. Massipartei vs nišipartei

Eesti poliitilise maastiku muutumine on toonud kaasa erakondade massiparteideks muutumise. Niisiis on ka üheks erakondade eristamise tunnuseks see, kas tegemist on massiparteiga või nõ nišiparteiga. Erakonna massiparteiks muutumine muudab nende kommunikatsiooni üldisemaks ja suuremaid segmente haaravaks, mis välistab väga ekstreemsed seisukohad teatud küsimustes ning ka väga äärmuslikud ideoloogilised vaated. Massipartei eesmärgiks on võimalikult suur toetajaskond. Sellisele parteile on tihtipeale iseloomulik, et nad panevad suuremat rõhku kaasamisele ja organisatsioonile kui ideoloogiale (Heywood 2002).

Voog toobki siinkohal välja, et nišipartei eesmärgiks on teistest eristuda ning tänu sellele püüda nende hääli, kes on nõ *mainstreami* vastu. Massipartei (*mainstream*) üritab aga püüda just võimalikult suurt valijaskonda ning väldib seetõttu väga radikaalseid seisukohti teatud küsimustes. „*Et kui sa esindad seda mainstreami või peavoolu, siis sa ei saagi väga ekstravagantne olla. Et teised, kes on seal teisel kolmandal positsioonil, nemad peavad eristuma, et nad peavad otsima uut nišši eksle.*“ (Voog 2011: 54) Samal seisukohal on ka Solvak; „*[...]polariseeriv, siis parem on seda teemat vältida, sest see polariseeriks nii palju, et see oleks nii-öelda nullsumma mäng, et kui sa võidad sellega mingisuguseid valijaid, siis sa kaotad sellega neid valijaid, kelle jaoks on see täielik nullvariant.*“ (Solvak 2011: 18) Voog toob teistega eristumise näite roheliste ja Rahvaliiduga seoses: „*No ma ei tea millega Rahvaliit võib eristuda. Ta saab ekstravagantsustega[...] Et millega ta saavutas teatud tähelepanu, oli, et Jaan Tootsile peaministri koha pakkumisega.[...] Aga rohelised on küll jah selle oma avatud valijanimekirjadega kindlasti ekstravagantsed. Et püüavad püüda siis sellist osa, kes tahab vastanduda sellele mainstreamile.*“ (Voog 2011: 58).

Käesolevas töös käsitletud kuuest erakonnast liigituvad erapooletute ekspertidega tehtud intervjuude alusel nõ *mainstreami* parteideks Keskerakond, Sotsiaaldemokraatlik Erakond, Isamaa ja Res Publica Liit ning Reformierakond. Nišiparteideks, kes püüavad saada hääli end antud neljale erakonnale vastandades või nende seast millegi erilisega silma paistes on Erakond Eestimaa Rohelised ja Eestimaa Rahvaliid.

Roheliste esindaja Mattias Luha (2011) tõi ka ise välja, et nad läksid oma kampaanias sõltumatute kandidaatide kaasamise puhul välja selle, et loodeti valijate vihale praeguse valimissüsteemi vastu ning üritati taasluua 2010. aastal Euroopa Parlamendi valimistel valitsenud olukorda, kui Indrek Tarand sai üksikkandidaadina europarlamenti kandideerijana väga palju hääli. „*Ja massidele see põhisõnum, mida me püüdsime kommunikeerida, oli see vabade kodanike kaasamine, see oli üks põhilisi asju. Mida me lootsime, et inimestel on selline viha erakondade vastu*“ (Luha 2011: 30). Sellega on välja öeldud ka kindel soov eristuda teistest parteidest ning kohati lausa soov neile vastanduda.

IRLi puhul tuleb toonitada ka aspekti, et nende kampaania üks tähtis osa oli just püüd end mingil määral teistele erakondadele ja seisukohtadele vastandada. Pidevalt käis erinevates valimisdebattides läbi, et kindlasti ei kehtestata astmelist tulumaksu ega minda üle palgalisele sõjaväele. Nagu ka IRLi kampaaniajuht Riisalo (2011: 24, 26) ütles: „*[...] meie vaated baseeruvad kindlal maailmavaatel ja me oleme valmis tegema ka noh, ebapopulaarseid otsuseid. [...]et me ütleme „ei“ senisele astmelisele tulumaksule ja samamoodi tasulisele kõrgharidusele. Need on nagu sellised punased jooned meil.*“

4.1.4.2. Erakondade avatus: Venemaa vs Euroopa

Eesti erakondi saab eristada ka avatuses Venemaa vs Euroopa poole. Siinkohal võib aga öelda, et Keskerakond tundub üksi vastanduvat kõigile teistele. „*Sest mida me veel võime mõelda, on (.) mis me Eesti poliitikas veel võime mõelda, on see Venemaa versus Euroopa. Ja noh sel on tegelikul (.) praktilised mingit eristumist ei tule sest ühes otsas on see Kesk, kes soovib natuke rohkem koostööd ja siis teised on koos selles teises skaala otsas*“ (Solvak 2011: 12). Uudelepp (2011) seostab Venemaa temaatikat populistliku demagoogiaga, kus mängitakse selle peale, et eestlane alateadlikult kardab Venemaad. „*Minu vanemate põlvkond mäletab seda, mis asi on Siber, nii et see rahvuslik hirm on alateadvuses sees, poliitikas oli vaikiv kokkulepe, et seda ei kasutata[...]* 2007 see tabu murti valimistel ja praegu on juba ilmselgelt

näha, et ka nendel valimistel see saab üheks selliseks ütleme emotsionaalseks teemaks.“ (Uudelepp 2011: 14).

Erakondade suunatus Venemaa vs Euroopa poole ning hirm Venemaa ees on sõltumatute ekspertide arvates kindlasti üks polariseerivaid tunnuseid Eesti poliitikas.

4.1.4.3. Erakondade kosmopolitsus vs isolatsionistlik hoiak

Ekspertide intervjuudest tulid ühe polariseeriva mõõdupuuna välja veel erakondade kosmopoliitsed *versus* isolatsionistlikud hoiakud. Solvak toob näiteks selle, et Rahvaliid pooldab pigem isolatsiooni ja väärtustab kõrgelt rahvusliku kapitali. *„[...] võime me veel mõelda kosmopoliitsus versus mingisugune, ma ei tea siis, vist mingi isolatsioon. [...] Rahvaliid on vast natuke rohkem rõhutanud seda, et ma ei tea rahvuslik kapital ning et ei tohi mingil juhul erastada mingisuguseid suuri ettevõtteid jne. Aga mingid muud erakonnad ei näe selles mingit oluliselt suurt probleemi.*“ (Solvak 2011: 12). Uudelepp aga näeb liberaalset Reformierakonda pigem isolatsionistliku kui liberaalse ja avatud parteina: *„Kui võtta ja vaadata seda, mis on nende sellised liberaalsed väärtused. Ühiskonna suurem avatus, näiteks kodakondsusnõuete lihtsustamine, see on „ei“. Et võtta ja soodustada inimeste ligipääsu Eestisse, kes tahab siia näiteks tööle tulla – kindel ei. Skaalal 1–10, kümme.*“ (Uudelepp 2011: 24). Ekspertide hinnangu põhjal võiks kõige isoleerituma poliitikaga erakondadeks lugeda Reformierakonda ja Rahvaliidu.

4.1.4.4. Erakondade postmateriaalsed hoiakud vs materiaalsed hoiakud

Veel ühe skaalana võib välja tuua materiaalse vs postmateriaalse hoiaku. Solvaku sõnul peaks liberalism toetama postmateriaalseid väärtusi, kuid Reformierakond väldib selliseid polariseerivaid teemasid nagu näiteks avatud suhtumine seksuaalvähemustesse. Märksa liberaalsemad on selles suhtes sotsid, kuid ka nemad ei julge mingeid kindlaid samme ette võtta. *„Kui me nüüd mõtleme siis veel üks skaala, mis mõnikord pannakse risti on see materiaalne vs postmateriaalne näiteks. [...] Reformierakond, nad väidavad, et on ilmselgelt tugevalt liberaalsed. Siis seal sees peaks käima ikkagi ka keskne vaidlusküsimus [...] noh sotside puhul ka pigem omistatakse sellist liberaalset suhtumist [...] Aga noh need erakonnad,*

ma ütleks, et siis instrumentaalselt ei julge neid seisukohti välja öelda, kuna nad teavad, et laiemas ühiskonnas on see teema mingisugune tabu.“ (Solvak 2011: 12). Kuigi mingil määral saaks Eesti erakondi selle küsimuse vastuse järgi polariseerida, püütakse selliseid küsimusi vältida, Pigem võetakse teravates küsimustes konservatiivne või lausa vastuseisev positsioon, et mitte kaotada valijaskonda, kellel on antud küsimustes kindlalt negatiivne seisukoht.

4.1.4.5. Liberaalsus vs konservatiivsus

Sõltumatud eksperdid tõid välja, et eraldiseisvana tunnusena võiks hinnata veel liberaalsust vs konservatiivsus. Liberaalidele on üldiselt omane parempoolsus, kuid Eesti poliitikas see kõigis küsimustes paika ei pea. Nagu eelnevalt mainitud, käituvad näiteks sotsiaaldemokraadid mõningates küsimustes väga liberalistlikult, kuid Reformierakond, kes peab ennast liberalistliku maailmavaate esindajaks, seda alati ei tee. Ühe tunnusena võib teljel konservatiivsus vs liberaalsus välja tuua rahvusküsimuse, mis erakondi ilmekalt polariseerib. Nimelt suhtub vasakpoolne Keskerakond rahvusvähemustesse tunduvalt liberaalsemalt kui nõ liberaalne Reformierakond ja konservatiivne IRL. „[...]kui me räägime jällegi rahvusvähemustest ja kodakondsusest, siis on jällegi Kesk versus teised. Iseasi jällegi kuidas see reaalselt välja näeb. Probleemaatiliselt või siis jällegi mingisuguses retoorikas, mida nad kasutavad on nad väga ikka selle poolt, et seda vene valijaskonda peab ikka kaasama ning kodakondsusreegleid ning kodakondsuse saamist peab lihtsustama. [...]IRLi puhul ei teki mingit küsimust, et see konservatiivsus seal ei lubakski midagi sellist väita aga noh Reformierakond jälle peaks olema formaalselt liberaalne erakond, aga ei, nad väldivad seda teemat täielikult [...]“ (Solvak 2011: 18). Ka Voog on Solvakuga sama meelt: „Et selles osas on Keskerakond väga liberaalne ja IRL ja Reform on väga konservatiivsed rahvusküsimustes“ (Voog 2011: 42). Reformierakonna vähest liberaalsust ja pigem konservatiivset hoiakut seletab Solvak asjaoluga, et nad ei saa lubada endale väga radikaalseid liberaalseid vaateid, kuna nad on tsentris asuv massipartei ega taha oma valijaid ära ehmatada.

4.1.5. Missugune on erakondade kommunikatsioon valijaga suheldes ning millest lähtuvalt teeb Eesti valija sõltumatute ekspertide hinnangul oma valikud

Rääkides kommunikatsioonist ja kampaaniatest võib erakonnad liigitada tootele, müügile ja turule orienteeritud parteideks (Reevsi, Chernatony & Carrigan 2006).

Sõltumatute ekspertide intervjuudest selgub, et erakondade kommunikatsioon pole Eestis niivõrd ideoloogiate (toote) kuivõrd turunduspõhine. *„Aga igal juhul on see turunduspõhine, et lähtutakse valijaskonna, just potentsiaalse valijaskonna huvidest. Et mida nad tahavad kuulda, seda ka räägitakse onju eks“* (Voog 2011: 46).

Voog ei pea eriti oluliseks ideoloogiliste vaadete väljendumist üldistes valimisloosungites. See olevat pigem oluline kitsama ringi (erakonna liikmed ja toetajad) silmis, et nad teaksid, mis maailmavaate eest antud erakond seisab. Ideoloogiate spetsiifika jäävat tavavalijat arvestades liiga keerulisse sfääri. Voog ütleb: *„Et kui nad väga palju seda ideoloogiat sinna topiksid kommunikatsiooni, siis oleks segane, et siis oleks nagu valijal raske aru saada. Aga kindlasti on erakondade tegevus spetsiifiline, oma liikmetele nad seda ideoloogilist koolitust teevad ju läbi liberalismiakadeemia ja läbi noh võiks olla ka teistel oma ideoloogia tutvustamise üritused või vormid noh.“* (Voog 2011: 34)

Seevastu nii Uudelepp kui ka Solvak arvavad, et ideaalis oleks väga hea, kui valimiskommunikatsioon väljendaks rohkem erakondade ideoloogilist profiili ja valija hääletaks eelkõige lähtuvalt erakondade ideoloogilistest vaadetest. *„Pikaajalised perspektiivid, need peaks tulema siis ideoloogiliselt positsioonilt, kuid sellisel kujul neid väga hästi näha ei ole. [...] kui seda natuke rohkem oleks, siis see oleks natuke parem, sest siis saab visiooni alusel paremini eristada erakondi ja tegelikult tähendaks see võib-olla ka mingit suuremat stabiilsust.“* (Solvak 2011: 42) . Uudelepale (2011) meeldiks, kui meie valimised oleksid samasugused nagu Ameerikas, Suurbritannias, Prantsusmaal ja Saksamaal ning sellest lähtuvalt kirjeldab ta, kuidas võiks välja näha teadliku valija käitumine. *„[...] inimesed võtavad ja vaatavad, et mina olen siin, see on piltlikult öeldes minu klassikuuluvus, minu sissetulek, minu tegevusvaldkond on selline, minu perekonnaseis on selline ja võtab selle vaateplatvormi ette ja otsustab millise erakonna vaated kui need ellu viia mõjutaksid kitsas plaanis kõige rohkem positiivselt ja laias plaanis teise tasandil suunaksid riigi üldist tasandit*

sinnapoole, mis sellele inimesele meeldib. Eestis see oskus vaadata, et milline poliitiline jõud ajab seda poliitikat, mis on mulle kasulik, on ääretult madal, mille näide on see, et sotsid 2007 10 mandaati, 2003 6 mandaati“ (Uudelepp 2011: 52).

Uudelepp (2011) leiab, et Eesti valija enamasti ei mõista, millise maailmavaate toetuseks hääletab. Seda ei põhjusta üksnes erakondade suutmatus teha valijale selgeks oma ideoloogilisi vaateid, vaid paljuski vähene haritus kodanikuõpetuses.

Uudelepa arvatesjaotavad inimesed erakondi pigem mingite stereotüüpide järgi kui muudel alustel (ideoloogilistel alustel). „*Et see ühiskondliku arvamuse stereotüüp on Eestis suurepäraselt sissetöötatud, et majandusest midagi teab ainult Reformierakond, natuke Isamaaliit ka ja teised on kõik täiesti tumbad sel teemal.*“ (Uudelepp 2011: 18). Valijal on tekkinud erakondadest mingi arusaam, mille alusel ta valimas käib, kuid see pole ratsionaalselt kaalutletud valik.

Autor seostab stereotüüpide järgi valimist raamistamisega. Nii erakonnad kui ka valijaskond kasutavad raamistamist. Kommunikatsioonis valitakse reaalsuse teatud aspektid ja tõstetakse need esile teatud seletuste, tõlgenduste, (moraalse) hinnangu ja soovitude domineerimist toetavas sõnumis (Entman 2002). Seeläbi tekivad ühiskonnas ja valijate seas arusaamad, mille põhjal oma valikuid tehakse.

Küsimuses, kas valimisloosungid ja kommunikatsioon peaksid sisaldama erakondade ideoloogilisi vaateid, on sõltumatud eksperdid erineval seisukohal. TNS Emori uuringuekspert Aivar Voog arvab, et laiema ringi valijaga suheldes pole tarvis koormata kommunikatsiooni ideoloogiliste vaadetega, kuna see on valijale liiga spetsiifiline ja muudaks valiku keeruliseks. Propaganda ja kommunikatsiooniuurija Agu Uudelepp ning politoloog Mihkel Solvak arvavad aga, et pikemas perspektiivis oleks hea, kui valija teeks oma valiku ikka ideoloogilistel alustel. Erakondade kampaaniakoordinaatorid, kellega autor intervjuud tegi, on seevastu veendunud, et ideoloogiliste vaadete esindatus kampaaniasõnumites ja reklaamis on väga olulised. Erakondade esindajate seisukohtadele keskendub autor järgnevas suuremas alapeatükis.

4.2. Ideoloogiliste profiilide kajastumine valimisreklaamis

Antud alapeatükis üritab autor välja selgitada, millest erakonnad oma kampaaniate koostamisel ja valimisloosungite väljatöötamisel lähtusid, kes olid kampaaniate peamised sihtrühmad ning kui tähtsaks peavad erakondade kampaaniakoordinaatorid seda, et nende valimisreklaam ja kampaaniad esindaksid erakonna ideoloogilist profiili.

4.2.1. Ideoloogilise profiili kajastumine valimiskommunikatsioonis ja -reklaamis

Eranditult kõik intervjuueeritud erakondade kampaaniakoordinaatorid olid ühte meelt, et ideoloogiliste vaadete kajastumine valijale antavas infos on väga oluline. Toodi välja, et kogu kampaania väljatöötamine algab erakonna valimisprogrammi koostamisest, mis omakorda peab vastama erakonna ideoloogilistele vaadetele. Teise väga tähtsa asjana rõhutati, et lisaks ideoloogilistele vaadetele peab erakond oma valimisprogrammi ja kampaaniasõnumite väljatöötamisel arvestama ka ühiskonna hetkeseisuga. „[...] iga erakond oma maailmavaatelt ikkagi mingil määral kohaneb oludega“ (Arras 2011: 24). Ekspertide arvates saab elukeskkonna muutustega põhjendada ka teatud nihkeid erakondade parem- ja vasakpoolsuse ideoloogilisel skaalal: „[...] loomulikult me oleme nagu võib-olla parempoolsemad kui paljud teised vasakpoolsed jõud kuskil teistes riikides, aga see tuleneb ka sellest, et me peame täna lähtuma nagu sellest olukorrast, mis nagu Eesti riigis on.“ (Hartman 2011: 16).

Erinevalt näiteks Isamaa ja Res Publica Liidust ja Reformierakonnast, kes enda sõnul oma kampaania ning valimisprogrammi loomisel tuginesid erakonnasiseselt pikalt välja kujunenud ideoloogilistele vaadetele, nentis Sotsiaaldemokraatliku Erakonna kampaaniakoordinaator Piret Hartman (2011), et enne kui sotsiaaldemokraadid oma kampaania ja programmi põhiväärtused paika said, pidid nad need erakonna-siseselt läbi arutama juba seetõttu, et esimehe vahetudes muutusid alguses kampaania alustaladeks kavandatud väärtused ja märksõnad. Sellega seoses peeti vajalikuks ka kampaania ümberfokuseerimist ning oma põhiväärtuste täpsustamist nende valimiste ajal ja üleüldiselt tulevikuperspektiivist lähtuvalt. „[...] et need väärtused või märksõnad, mida me päris kampaania alguses nagu endale sihiks seadsime, väga paljuski muutusid kui meil toimus üldkogu ja esimees vahetus, et pärast esimehe vahetust ka selline kampaania fookuseerimine toimus teistele väärtustele. Et kui me

alustasime nagu sellisest hoolivusest ja pehmusest, siis Sven Miksri tulekuga me lähtusime sellest, et kampaania oleks hooliv, jõuline hoolimine [...] kui üldkogu toimus ja esimehevahetus, siis selline uus algus, et Eesti vajab restarti, et see poliitiline kultuur, mis meil siiaaani on olnud [...]“ (Hartman 2011: 2, 6).

4.2.2. Valimisreklaami visuaalne seotus erakonna ideoloogiliste vaadetega

Väga tähtsaks peavad erakondade kampaaniajuhid potentsiaalse valijaga suhtlemisel ka reklaamide visuaalset järjepidevust. Annika Arras (RE) ütleb, et Reformierakonna visuaalne esindatus on läbi aastate kindlalt paigas. „[...]värvid, logo ja kõik see sama, on algusest peale olnud üks ja sama. Ta on ainult arenenud, ta ei ole kunagi muutunud [...]“ (Arras 2011: 8). Seda, et visuaalne identiteet on erakondadele tähtis, näitab ka asjaolu, et kõigil erakondadel on olemas oma visuaalse identiteedi käsiraamat, mis paneb paika erakonna värvide ja sümboolika kasutamise, millega peab kooskõlas olema kogu kampaania (sh ka kandidaatide reklaamid).

Ekspertide arvates tuleb kampaania visuaalses küljes arvestada ühiskonna hetkeolukorda ja seda, millised on kampaania üldsõnumid, et ka visuaalne külg sobiks konteksti. Nende valimiste ajal põhjendasid kaks erakonda oma värvitoonide muutust sellega, et kampaaniat üritati muuta kas hoogsamaks ja lõbusamaks või siis hoopiski just kindlust näitavaks ja konservatiivsemaks. Kui konservatiividele on iseloomulikud tumesinised värvitoonid ja liberaalidele helesinised, siis selle valimisperioodi ajal läksid need värvitoonid end liberaalidena presenteeriva Reformierakonna ning konservatiivse Isamaa ja Res Publica Liidu vahel vahetusse.

Värvitoonide muutumise märgivad ära nii IRLi kui ka RE esindajad ise oma intervjuudes. Reformierakonna kampaaniakoordinaator tõi välja, et kuna nende valimiste põhiloosungiks oli „Võid kindel olla“, vajab see ka visuaalselt kindlustunnet väljendavat värvitooni. „[...] meie jaoks tundus, et ka visuaalis me peame väljendama kindlustunnet, et see kindlasti mingi määral dikteeris võib-olla selle kampaania visuaalse jõulisuse“ (Arras 2011: 14). IRLi esindaja nentis siinkohal, et nende kampaania oli võrreldes eelmiste valimistega visuaalselt heledamates toonides ehk siis muutus helesiniseks tumesinisest. „Aga me lihtsalt tegime seda... et antud kontekstis keerasime pisut heledamaks, lõbusamaks, hoogsamaks eksole,“ (Riisalo 2011: 34).

4.2.2. Erakond kui bränd

Mitmed erakonnajuhid tõid oma intervjuudes välja asjaolu, et erakond on kui bränd, mis on identifitseeritav nii visuaalselt oma logode ning värvitoonide järgi kui ka sisu järgi, milliseid ideoloogilisi vaateid erakond esindab. Ehk siis ideoloogia on kui brändi identiteedi sisu.

Annika Arras (2011) võrdleb Reformierakonna kaubamärki Eesti turul EMT omaga. „Reformierakond kogu märgina tuntuks on ta saavutanud tegelikkuses tegelikult lae, et noh kui see tunnus on 90% piirimal, siis ega kõrgemale palju minna ei ole. Seda, et kõik 100%..., seda ei ole võimalik saavutada“ (Arras 2011: 8).

Sotsiaaldemokraatliku Erakonna kampaaniakoordinaator ütles, et nad alustasid oma valimiskampaaniat kõigepealt brändikampaaniaga. *“[...] et esimesed sammud me lähtusime tegelikult sellest, et kuidas luua ühtne erakonna kuvand. Ja sealt edasi siis ehitasime oma kampaaniat”* (Hartman 2011: 2).

Kokkuvõtvalt võib öelda, et erakondade kampaaniajuhid käsitlevad erakondi kaubamärkidena, mille sisuline kommunikatsioon ja visuaalne poole peavad käima käsikäes ning olema jätkusuutlikud.

4.2.3. Valijapõhine vs ideoloogiapõhine lähenemine

Kõik erakondade kampaaniajuhid olid ühel nõul, et valimiskampaania kavandamisel peab arvestama nii ühiskondliku hetkeseisuga ja valija soovidega kui ka ideoloogiliste vaadetega. Just ideoloogilised vaated on kampaaniate alustalaks (nt aitab see teha valikuid, mida võib loosungitega lubada ja mida mitte). Nagu ka eelmises suuremas alapeatükis mainitud, on olemas teatud ideoloogilised vaated, mida erakonnad ei ole mingil juhul nõus ohverdama.

Näiteks Reformierakonna kampaania ideoloogiliseks alustalaks oli loosung „Kui majandus on korras, läheb ka sinu elu paremaks!“. Sellest lähtuvalt keerles kogu kampaania ning selles sisalduvad reklaamid ja loosungid Arrase (2011) sõnul antud põhimõtte ümber. *„Ja meie majanduspoliitika on 100% liberaalne, siin ei ole nagu mitte millestki muust nagu rääkidagi*

eks. Ja ma arvan, et kuna see oli kõige alus, siis ilmselgelt see jõudis inimesteni.“ (Arras 2011: 28).

4.2.4. Erakondade sihtrühmad

Kampaaniate kavandamisel võetakse olulise tegurina arvesse erakondade sihtrühmi, kellele on kampaania sõnumid eelkõige suunatud ja kelle häält üritatakse püüda.

Kuigi erakonna kampaaniakoordinaatorid ütlevad peaaegu ühest suust, et nende sihtrühmaks on kõik Eesti inimesed, toovad nad enamasti välja ka põhilisemad kampaania sihtrühmad, sest turunduslikus mõistes ei ole „kõik inimesed“ sihtrühm.

Keskerakonna esindaja Andres Hiie (2011) nendib, et oma valimiskampaanias lähtusid nad kindlasti ideoloogiliste vaadete kõrval ka potentsiaalsest valijast, kelleks olid töötud, madala sissetulekuga inimesed, haritlased, pensionärid, maainimesed ja noored (tasuta kõrghariduse ja tööpuuduse teema). Antud jaotus eendub ka Keskerakonna valimisloosungites.

Reformierakonna sihtrühmaks nimetab Arras (2011) eelkõige eakaid, töoinimesi, pereinimesi ja noori. Selline jaotus esimese kolme sihtrühma näol on hästi näha ka reformierakonna reklaamklippidest. Viimase sihtrühmaga üritati Arrase (2011) sõnul kontakti saavutada eelkõige sotsiaalmeedia kaudu, sest noored olid Reformierakonna silmis paljuski nõ kahtlev sihtrühm, kes vajab valimaminekuks natuke taganttõukamist. *„Et noh see on see sihtgrupp, kelle juures võib öelda, et me täitsa teadlikult tegime seda nagu, et selgitada neile, et miks nad peavad valima minema, miks see tähtis on.*“ (Arras 2011: 34).

Sotsiaaldemokraatliku Erakonna koordinaator tõi tänavuses valimiskampaanias eraldi sihtrühmadena esile haridus- ja kultuuritöötajad. *„[...]need on ka lihtsad töötajad, kes käivad tööl ja teenivad keskmist palka“* (Hartman 2011: 24). Nagu RE, märkis ka tema, et nad püüdsid eraldi sihtrühmana neid, kes muidu valimas ei käi. Nimelt tegeleti esmakordselt palju otseturundusega (näost näkku suhtlusega). *„[...] meil toimus väga palju üle-Eestilisi kohtumisi valijatega ja me tegelikult oma kandidaate eelnevalt ka koolitasime, et nad läheksid tänavatele ja julgeksid inimestega suhelda, et ma arvan, et see oli sotside kampaanias nagu hästi uus asi“* (Hartman 2011: 26).

Kui SDE, RE ja KE kampaaniakoordinaatorid oskasid välja tuua oma kampaania täpsemaid sihtrühmi, siis EERI ja IRLi esindaja seda ei teinud. IRLi kampaaniakoordinaator Tiit Riisalo (2011) jäi kindlaks väitele, et kampaania peab kõnetama kõiki Eesti inimesi. Tema sõnul lähtuti pigem Eesti ühiskonnas esinevatest põhiprobleemidest ning üritati nende kommunikeerimise ja nende lahenduste pakkumise abil kõnetada kõiki Eesti elanikke.

EERI esindajal Mattias Luhal oli erakonna kampaania sihtrühma määratlemisega raskusi', sest nende läbiviidud uuringust selgus, et nende sihtgrupiks polnud need, keda nad varasemalt arvasid olevat. *„Ikkagi on keeruline, seda seetõttu, et varasemalt on meie sihtgrupp olnud noor naisterahvas kõrgharidusega ja kes elavad linnas ja siis tegime siin sügisel uuringuid ja selgus, et meie toetaja on hoopis keskmisest madalama haridusega ja ei ole vahet kas see on mees või naine ja tõesti endiselt elab pigem ikka linnas.“* (Luha 2011: 26). Luha (2011) pidas antud uuringut ka ebaadekvaatseks, sest uuring oli tehtud piiratud eelarvega ega kaasanud piisavalt suurt Eesti elanikkonda. Luha (2011) nentis küll, et nende valijaks on kindlasti roheliselt mõtlev inimene, keda üritati kaasata vastavates kanalites nagu nt Grüünes, aga ülejäänud kampaania oli üldine nõ massikampaania, mis oli suunatud kogu Eesti elanikkonnale.

Eestimaa Rahvaliidu sihtrühmana võib valimisplatvormi (ERL 2011) alusel liigitada pensionärid (ja tulevased pensionärid), emad ja maaettevõtlusega tegelejad.

4.3. Valimisrekaamides sisalduvate loosungite ja visuaalse poole analüüs

Antud peatükis analüüsib autor Eesti Vabariigi Riigikogu X koosseisu kuulunud erakondade 2011. aasta valimisreklaame ja põhilisi loosungeid. Tulemused on jaotatud kahte alapeatükki, millest esimene keskendub erakondade logodele ja värvikasutusele ning nende muutumisele võrreldes riigikogu eelmiste valimistega. Teine alapeatükk käsitleb põhilisi valimisloosungeid ja nende väljendumist erinevates meediumites. Peatüki eesmärk on välja selgitada, mil moel kajastuvad valimisreklaamis ja selle sõnumites erakondade ideoloogilised profiilid. Antud peatükk võimaldab ka visuaalselt näitlikustada juba eelnevates peatükkides põgusalt analüüsitud tulemusi ning võimaldab lugejal paremini mõista, millistest reklaamsõnumitest täpsemalt jutt käib.

4.3.1. Erakondade logod ja visuaalne värvikasutus

Selles alapeatükis keskendub autor erakondade visuaalsele eneseesitluseleehk siis põhilisele värvikasutusele ja logodele ning nende võrdlusele eelmiste valimiste visuaalse pildiga. Siinkohal on oluline ka see, kuivõrd on need seotud rahvusvaheliselt tunnustatud värvilahendustega, mis väljendavad teatud maailmavaateid.

Reformierakonna visuaalne kuvand

Reformierakond on oma vaadetelt liberalistlik erakond. Liberaalide tunnuseks on kollased ja sinised värvitoonid. Sinikollane on näiteks ka Euroopa liberaalsete erakondade ühenduse sümbolika (Kristiine Leht 2003). Nii on see ka Reformierakonna puhul. Nagu erakonna kampaaniakoordinaator juba välja tõi, on nende erakonna silmis tähtis ka erakonna visuaalne järjepidevus. Kuigi oma värvidele on kindlaks jäänud, on loosungite sõnumilise sisuga kaasas käimiseks muudetud toonide tumedust. Nimelt on kõnealuste valimiste reklaamide sinise toon muutunud võrreldes eelmiste valimistega tumedamaks (võrdle Pilt 1 ja Pilt 2).



Pilt 1. Reformierakonna välireklaam Riigikogu 2007. aasta valimistel

Allikas: Reformierakonna kodulehekülg (URL kasutatud mai 2011 http://www.reform.ee/UserFiles/File/Outdoor_990x400px.jpg)



Pilt 2. Reformierakonna valimiseklaam Riigikogu 2011. aasta valimistel

Allikas: Postimees online (URL kasutatud mai 2011 <http://www.postimees.ee/?id=360648>)

Võrreldes antud pilte võib selgelt näha, et tõepoolest on sinise värvitoon muutunud tumedamaks. Siinkohal tuleb aga märkida, et tumesinist värvitooni tuntakse pigem konservatiivsete maailmavaadete esindajana. Samuti võib reklaame võrreldes täheldada valge tooni laialdasemat kasutuselevõttu viimastel valimistel.

Teine detail, mis Reformierakonda visuaalselt esindab, on oravale logo, samuti erakonna visuaalse äratuntavuse seisukohalt oluline. Reformierakonna logol olev orav sümboliseerib töökust ja usinust. Orav on töökas, vilgas ja usin loom, kes purustab pähkleid, st lahendab probleeme. (Kristiina Leht 2003) Antud logo oma kogu kontseptsioonis (kollasel taustal helesinine oravale logo kirjaga: Reformierakond Parem Eesti kõigile) on jäänud samaks nagu oli eelmistel valimistel.

Isamaa ja Res Publica Liidu visuaalne kuvand

IRLi visuaalse identiteedi kõige olulisem komponent on kaheksakand (vt Pilt 3). Märk on uudseltselt visualiseeritud ühe katkematu joonena, et sümboliseerida erakonna rahvuslik-konservatiivse missiooni aegumatust. See on iidne maarahva oma kujund, mis soome-ugri vellede juures on kasutusel päikesemärgi tähenduses. Jõuline võitluslik kujund, mis väljendab Isamaaliidu rahvuslust ja kasutab Res Publica endise logo “päikesemärgi” tähendust. (IRL 2011)



Joonis 3. IRLi endine logo (2007)

Allikas: Eesti erakondade ajalugu (URL kasutatud mai 2011
<http://web.zone.ee/erakonnad/erakonnad/registreeritud/irl.html>)

Kuna IRL defineerib ennast konservatiivse erakonnana, on ka nende põhitooniks sinine. Konservatiivse värvitoonina käsitletakse eelkõige tumesinist värvitooni, mida või näha ka eelmisel IRLi logol. 2011. aasta valimiste ajal on IRLil aga uus logo, mis pole enam kahetooniline vaid kannab kolme värvi: helesinine, oranž ja valge (võrdle Pilt 3 ja Pilt 4) . Nagu IRLi kampaaniakoordinaator Tiit Riisalo (2011) ütles, keerati IRLi kampaania visuaalset poolt võrreldes eelmiste valimistega pisut heledamaks ning sellega ka hoogsamaks ja lõbusamaks, et värskendada erakonna visuaalset kuvandit.



Pilt 4. IRLi praegune logo (2011)

Allikas: IRLi kodulehekülg (URL kasutatud mai 2011 www.irl.ee)

Võrreldes eelmise logoga on kujundus jäänud üldiselt samaks ja äratuntavaks, kuid värvilahendus on muutunud palju. Kui enne oli põhivärviks konservatiivne tumesinine, siis nüüd on selleks helesinine. Lisandunud on oranž värv, mida üldiselt peetakse samuti konservatiivide värviks. Oma sinise toonilt ollakse veel heledam, kui seda oli liberalistlik erakond Riigikogu eelmiste valimiste ajal.

Eestimaa Roheliste visuaalne kuvand

Eestimaa Roheliste põhitooniks on lähtuvalt nende maailmavaatest roheline.

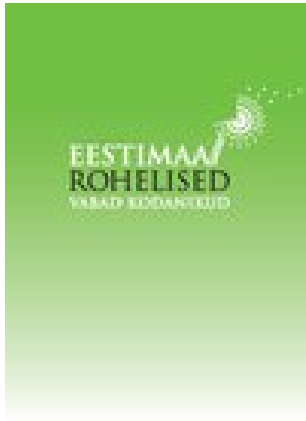
Logo koosneb erakonna nimest ja i-tähest, mille asemel on tolmnev võilill (vt Pilt 5) Mattias Luha (2011) sõnul on tegemist sümboliga, mis tähistab levimist ja idanemahakkamist.



Pilt 5. Eestimaa Roheliste logo (2011)

Allikas: kalev.net (URL kasutatud mai 2011 <http://kalev.net/eesti-rohelised-ei-toeta-kristluse-torjumist-avalikust-elust>)

2011. aasta valimiste käigus lisandus rohelistele logole võrreldes eelmiste valimistega sõnapaar „vabad kodanikud“ (vt Pilt 6), sest nendel valimistel lasti rohelistel nimekirjas kandideerida erakonnavälistel inimestel, kellel tegelikult erakonnaga sidemeid pole. Sellega üritati Luha (2011) sõnul võidelda olemasoleva valimissüsteemi vastu. Värvitoonide valikult jäid Eestimaa Rohelised aga samasuguseks nagu oli nende kuvand eelmistel valimistel.



Pilt 6. Eestmaa Roheliste logo 2011. aasta valimiskampaania käigus

Allikas: EERi kodulehekülg (URL kasutatud mai <http://www.erakond.ee/>)

Keskerakonna visuaalne kuvand

Keskerakonna põhitooniks on roheline, nagu ka Eestimaa Rohelistel, kuid tumedam. Rohelist värvi seostatakse peale roheliste mõtteviiside kandmise ka säästva elukeskkonna ja stabiilsusega. Keskerakonna värvigamma juurde kuulub lisaks rohelisele ja valgele ka kollane värv. Keskerakonna logo koosneb K-tähest ja selle peal asuvast neljalehelisest ristikehinast (vt Pilt 7). Ristikheina leht on traditsiooniline keskparteide sümbol, mis kaudselt viitab maalähedusele, sest keskparteid tekkisid 19. sajandi lõpus 20. sajandi alguses maaparteidena (Kristiine Leht 2003).

Keskerakondlase Andres Hiie (2011) sõnul on erakonna logol olev ristikhein võetud kasutusele teiste Põhja- Euroopa tsentristlike parteide eeskujul.

Võrreldes eelmiste valimistega on Keskerakonna visuaalne profiil jäänud samaks.



Pilt 7. Keskerakonna logo (2011)

Allikas: Keskerakonna kodulehekülg (URL kasutatud mai 2011 www.keskerakond.ee)

Sotsiaaldemokraatliku Erakonna visuaalne kuvand

Sotsiaaldemokraatlike erakondade värvitunnuseks peetakse Euroopas punast värvitooni. Sotsiaaldemokraatide logo avaneb nende koduleheküljel punastes ja valgetes toonides (vt Pilt 8) 2011. aasta valimiste ajal võis aga antud logol näha lisaks valgele ja punasele ka rohelist tooni (vt Pilt 9). SDE logol kujutatakse punast roosi (või siis punasel taustal valget roosi). Punane roos osutab ühiskonna kooskõlale ja sellest lähtuvale ideoloogiale sotsiaaldemokraatiale ning on paljude sotsiaaldemokraatlike erakondade sümboliks üle maailma (SDE 2011).



Pilt 8. SDE logo (2011)

Allikas: SDE kodulehekülg (URL kasutatud mai 2011 www.sotsdem.ee)



Pilt 9. SDE logo variant 2 (2011)

Allikas: SDE kodulehekülg (URL kasutatud mai 2011 <http://www.sotsdem.ee/wp-content/uploads/2011/02/Sotsiaaldemokraatliku-Erakonna-logod.pdf>)

Nagu Eestimaa Rohelisedki, täiendas Sotsiaaldemokraatlik Erakond valimiskampaania käigus oma logo tunnuslausega. Nimelt ilmus logole lause „Hoolimise jõud“ (vt Pilt 10). Selle lause kasutuselevõttu põhjendas Piret Hartman (2011) brändikampaania tegemisega Sotsiaaldemokraatlikule Erakonnale, et luua sellele ühtset kuvandit. Tunnuslausega üritati näidata, et SDE poliitika tähendab jõulist hoolimist ja valitsemist (Hartman 2011).



Pilt 10. SDE logo variant 3 (2011)

Allikas: SDE kodulehekülg (URL kasutatud mai 2011 www.sotsdem.ee)

Eestimaa Rahvaliidu visuaalne kuvand

Rahvaliidu logol eristuvad peamiselt konservatiivne tumesinine värvitoon ja taustal ka kuldne. Rahvaliit defineerib end rahvuslik-konservatiivse parteina, mida nad oma värvisümboolikalt ka esindavad. Rahvaliidu logol on kujutatud päikese ja rukkilille kooslus (vt Pilt 11), see iseloomustab erakonna suundumust ja põhijooni: rahvuslust ja tulevikku vaatamist; päike tähendab logol hea ja uue algust ning rukkilill sümboliseerib usku eestluse elujõusse ja meid toitvasse maasse (ERL 2011).



Pilt 11. Rahvaliidu logo

Allikas: Rahvaliidu kodulehekülg (URL kasutatud mai 2011 <http://www.rahvaliit.ee/suemboolika>)

Rahvaliidu logo eelmiste valimistega võrreldes muutunud ei ole.

Visuaalset kuvandit analüüsid võib kokkuvõtvalt öelda, et võrreldes eelnevate valimistega on kõige suurema ja silmanähtavama muutuse läbi teinud Isamaa ja Res Publica Liit, kes võttis oma konservatiivse ja range sinise värvitooni asemel kasutusele helesinise ja lisas

sellele oranži. IRL, SDE ja ERL on kolm erakonda kuuest, kes on eraldi oma koduleheküljel välja toonud erakonna sümbolika. See aspekt näitab kindlasti, et soovitakse taotleda visuaalia ja poliitika sisulise külje kooskõla.

Alüüsitud visuaalsetest materjalidest võib järeldada, et erakonnad kasutavad oma logodele tunnuslausete lisamist vastavalt kampaaniale, et kokkuvõtvalt anda edasi nende sisu ja siduda kampaaniat juba eelnevalt tuntud visuaalse materjaliga.

Rahvusvaheliselt levinud visuaalsetest tunnustest on oma värvikasutuse ja logo elemendid oma sümbolikasse kõige üksühesemalt üle võtnud Keskerakond ja Sotsiaaldemokraatlik Erakond, kus Euroopa teiste sarnaste maailmavaadetega erakondadega samad on nii värvikasutus kui ka kujutatud sümbolid.

4.3.2. Erakondade valimisreklaamid ja nendes sisalduvate loosungite analüüs

Antud peatükis analüüsib autor erakondade põhiliste valimisloosungite sisu vastavust maailmavaatele ja nende esitusviisi erinevates meediumites. Peamiste valimisloosungite valimisel on aluseks võetud erakondade koduleheküljed, erinevad reklaammaterjalid ja valimisprogrammid. Põhjalikumalt toob välja autor telereklaami ja välireklaamiga seotud tulemused, kuna antud meediumid võtavad kõige paremini kokku erakondade põhiloosungid. Vaadeldes erinevaid meediume, kus valimisloosungeid edasi antakse ning analüüsides, mil viisil seda tehakse, selgitab autor välja, millistele sõnumitele oli kampaania fokuseeritud. Eelkõige keskendub autor erakondade üldistele valimisreklaamidele, mitte kandidaatide reklaamidele, kuna need kordavad üldiste reklaamide sõnumeid. Et see pole nii kõigi erakondade puhul, on erijuhul, mil valimiste põhiloosungid avalduvad kandidaatide reklaamis, keskendutud just nendele.

4.3.2.1. Valimisloosungid

Peatükki alustab autor erakondade peamiste valimisloosungite tabeliga, et anda lugejale ülevaade, millistele loosungitele erakonnad Riigikogu 2011. aasta valimiskampanias peamiselt keskendusid (Vt Joonis 1), et selle põhjal hiljem kokku võtta, kus ja kuidas antud loosungid esinesid ning kuidas väljendub neis erakonna ideoloogiline profiil.

Erakond	Peamised valimisloosungid
Isamaa ja Res Publica Liit	„Sinu kindel võit!“ <ul style="list-style-type: none">• „Tasuta kõrgharidus – kindel võit!“• „Emapension – kindel võit!“• „Kodukulud alla – kindel võit!“• „Ei palgalisele sõjaväele“• „Ei astmelisele tulumaksule“
Keskerakond	„Aitab!“ <ul style="list-style-type: none">• „Aitab hinnatõusust!“• „Aitab madalates pensionitest!“• „Aitab tööpuudusest!“• „Aitab katteta lubadustest!“• „Aitab maaelu suretamisest!“• „Aitab tasulisest kõrgharidusest!“• „Aitab vaesusest!“• „Toeta astmelist tulumaksu“
Reformierakond	„Võid kindel olla“ <ul style="list-style-type: none">• „Kui majandus on kindlates kätes, läheb ka sinu elu paremaks“• „Eesti Põhjamaade tiigriks!“• „Parem Eesti kõigile“ (logo tunnuslause)

	<ul style="list-style-type: none"> • „Põhjamaade parim majanduskeskkond“ • „Peretoetused on paremad, kui majandus on kindlates kätes“; „Tugev majandus suurendab perede kindlustunnet“ • „Palgad tõusevad, kui majandus on kindlates kätes.“ • „Pensionid tõusevad, kui majandus on kindlates kätes“; „Pensionid tõusevad, kui majandus kasvab“
Eestimaa Rohelised	<p>„On aeg!“ (murda suurparteide poliitmonopol)</p> <ul style="list-style-type: none"> • „Terve majandus, puhtam loodus“ • „Kodanikupalk aitab vaesusest vabaks“ • „Maaelu kaitseks!“; „Maa mahedaks, rahvas rikkaks!“ • „Tervislik toit, terve ühiskond“ • „Elurikkuse poolt- loovus kooli!“; „Targad lapsed loovad rikka riigi“ • „Vali vabad ja ise mõtlevad inimesed“, • „Inimeste heaks“
Sotsiaaldemokraatlik Erakond	<p>„Uus algus!“</p> <ul style="list-style-type: none"> • „Hoolimise jõud“ (logo tunnuslause) • „Igale lapsele täisväärtuslik lapsepõlv“ • „Toetame tarka tööd“ • „Toidukorv soodsamaks“ • „Tasuta kõrgharidus“ • „Võrdse töö eest võrdne palk“ • „Õiglane tulumaks“ • „Paindlik pensioniiga“ • „Arukas energiapoliitika“ • „Eesti asukoht arengut teenima“ • „Elavdame maaelu“

Eestimaa Rahvaliit	„Eestimaist leiba ja tööd!“
--------------------	-----------------------------

Joonis 1. Erakondade valimisloosungite tabel Riigikogu 2011. aasta valimiste käigus

4.3.2.2. IRLi valimisreklaam

IRLi peamine valimiste tunnuslause „Sinu kindel võit!“ oli põimitud läbi kogu nende reklaami. Kolm põhilist loosungit, millele keskenduti, olid „Tasuta kõrgharidus (kindel võit)!\“, „Emapension (- kindel võit)!\“ ja „Kodukulud alla (kindel võit)!\“. Need olid kolm kesket teemat, mille ümber IRLi reklaamikampaania käis (Vt Pilt 12). Sisulises debatis esinesid veel loosungid „Ei palgalisele sõjaväele“ ning „Ei astmelisele tulumaksule“, mis autori uuritavas reklaamivalimis nii jõuliselt ei väljendunud, ning seetõttu antud töös nendel pikemalt ka ei peatuta.



Pilt 12. IRL välireklaam 2011, nr 1

Allikas: IRLi reklaammaterjalid (2011)

Igale loosungile laienevad ka eraldi välireklaami plakatid, kuid et nende sõnum on sisuliselt sama, ei pea siinkohal autor vajalikuks neid rohkem visuaalselt esitada. Võib vaid mainida, et teemapõhised plakatid olid muudetud personaalsemaks, ühendades need kandidaatide

reklaamimisega. Näiteks emapensioni reklaamplakatil esines Ene Ergma ja tasuta kõrghariduse teemalisel plakatil Jaak Aaviksoo.

Antud kolme loosungit toetasid ka IRLi videoklipid, mis käsitlesid emapensioni, tasuta kõrgharidust ja kodukulude alandamist. Kõikidesse videoklippidesse olid sisse toodud nende üleriigilise küsitluse tulemused. Nagu Tiit Riisalo (2011) väitis, lähtuti reklaamikampaania kavandamisel paljuki just sellest samast küsitlusest, millega püüti välja selgitada Eesti elanikkonna suurimad mured. Kampaania aspektist oli küsitluskahtlemata kasulik, võimaldades arvnäiteid tõendamaks, et räägitakse asjadest, millest tavainimesed hoolivad. Kõik videoklipid algasid tekstiga „IRL-i üleriigilise küsitluse tulemused. 58 438 vastanut!“, mis näitas, et videod toetuvad küsitlusele.

Tasuta kõrghariduse video (IRL 2011) algas sellega, kuidas nõ inimene tänavalt (Annika, 39) räägib sellest, kuidas tal on kaks tütart, kes soovivad minna ülikooli ja väitis, et selle tõttu on nende silmis kõige tähtsam tasuta kõrghariduse võimalus ning kinnitab videos ka IRLi seekordset valimiste tunnuslauset: „Vot see on kindel võit!“ Edasi mindi fakti juurde, et 43 686 inimest üleriigilisele küsitlusele vastanutest arvasid, et heal tasemel kõrgharidus peab olema kättesaadav kõigile, näidates taustal küsitlusankeetidega tutvuvat ja probleemi arutavat IRLi meeskonda. Videoklipp lõppes paigalpüsiva teksti ja kõnega „Tasuta kõrgharidus – kindel võit!“

Emapensioni video (IRL 2011) algas samuti tavainimese arvamusega, mis kinnitab et seda kasutati põhivõttena, pakkumaks valijale hõlpsat samastumisvõimalust. Selles videos räägib 58aastane Anne, et temale on oluline saada laste kasvatamise pensionilisa. Taas järgnes arvuline fakt küsitlusest: 41 904 inimest pidas oluliseks pensionitõusu, mistõttu soovib IRL kehtestada emapensionit. See tähendab pensionilisa esimesest lapsest alates ka praegustele pensionäridele. Videoklipp lõppes paigalpüsiva teksti ja hüüdlausega “Emapension – kindel võit!“.

Kolmas põhiline reklaamklipp „Kodukulud alla“ (IRL 2011) algas üleriigilise küsitluse sissetoomisega ning jätkus Vello (koduomaniku) arvamusega sellest, et monopole tuleb ohjeldada ja kodukulud kontrolli alla saada. Kogu klipi ülesehitus oli samasugune nagu kahel

Kõik IRLi reklaamklipid olid ühesuguse ülesehitusega ja esindasid lihtsalt erinevaid valimislubadusi.

4.3.2.3. Reformierakonna valimisreklaam

Siis võid eriti kindel olla!

PANE TOPELT!

Oravakummi 2-PAKK

KINDEL OLLA
Reformierakond

67

Allikas: Reformierakonna reklaammaterjalid (2011)



Pilt 14. Bussireklaam

Allikas: Reformierakonna reklaammaterjalid (2011)

Reformierakonna valimisprogrammi tunnuslause kõlas: „Eesti Põhjamaade tiigriks!“ Lisaks oli jätkuvalt kasutusel ka eelmiste (2007. aasta) valimiste ajal tuttavaks saanud hüüdlause „Parem Eesti kõigile“, mida kasutatakse koos Reformierakonna logoga.

Väga tähtis loosung oli neil valimistel ka „Põhjamaade parim majanduskeskkond“, millest kasvasid välja kampaania põhiloosungid nii välireklaamis kui ka telereklaamis ning millele tugines Reformikirja valimiste erinumber. Võib isegi öelda, et sellele loosungile tuginesid kogu kampaania põhisõnumid „Kui majandus on kindlates kätes, läheb ka sinu elu paremaks“, „Tugev majandus suurendab pere kindlustunnet“ ja „Pensionid tõusevad, kui majandus kasvab“.

Need kolm loosungit määratlesid ka Reformierakonna kolm põhilist sihtrühma: pereinimesed, pensionärid ja töoinimesed, kellele olid adresseeritud ka Reformierakonna kolm videoklippi. Siinkohal olgu ka mainitud, et kõigist kuuest uuritavast erakonnast kasutas videoreklaame kõige rohkem Reformierakond.

Reformierakonna kolm valimisklippi rääkisid peretoetustest, palgatõusust ja pensionitõusust. „Peretoetused on paremad, kui majandus on kindlates kätes“ (RE 2011) videoklipp paigutab telepildis keskseks keskklassi kuuluva noore ema, kes tahaks veel lapsi saada ja arutab seda oma sõbrannaga. Ema nendib, et vanemahüvitis on nii hea, et võiks teha küll veel lapsi, kasvõi mitu tükki. Samal ajal tekib teksti pildis näitlikustamiseks elutüüp, kus ema sõbrannaga juttu ajab, (ei kuskilt) juurde mitu last. Noor ema aga kardab, et äkki tulevikus ei maksta enam nii head vanemahüvitist (nõu lisalapsed kaovad jälle pildilt). Sõbranna aga kinnitab, et „kui majandus on korras“, siis makstakse ikka edasi (lapsed ilmuvad taas tagasi).

Video lõpus kinnitatakse valimisloosungit „Kui majandus on kindlates kätes, läheb ka sinu elu paremaks“ ning Andrus Ansip ütleb: „Võid kindel olla!“

„Palgad tõusevad, kui majandus on kindlates kätes“ (RE 2011) video kesksed tegelased on ettevõtja ja palgatööline, kes arutavad, et kui asjad samamoodi edasi lähevad, tuleb tööd ja palka juurde. Vahepeal lisandub ei kusagilt kontoris näitlikustamiseks uut varustust. Nagu vanemahüvitise video puhulgi tuuakse sisse, et mis saab siis, kui ei lähe nii nagu plaanitud ja näiteks valitsus vahetub (kõik eelnevalt pilti tekkinud hüved kaovad, näidatakse tühja kontorit). Arutelu lõpeb noodiga, et vast nii ikka ei juhtu ja ehk peab lausa inimesi juurde hakkama palkama (lisaks eelnevalt ilmunud uuele kohvimasinale tekib eikusagilt ruumi ka seksikas sekretär). Video lõppeb taas kahe põhilise valimisloosungi kinnitamisega.

„Pensionid tõusevad, kui majandus on kindlates kätes“ (RE 2011) peategelasteks on pensionäridest abielupaar ning video sarnaneb on oma ülesehituselt kahele eelmisele. Ehk siis, kui elu läheb edasi nii nagu senini on läinud, et pensioneid on tõstetud, mitte langetatud, siis saavad pensionärid omale uusi hüvesid lubada. Seekordses videos näitlikustatakse teksti erinevate muruniitmisvahendite ilmumise ja kadumisega.

Kokkuvõtvalt võib öelda, et kõik Reformierakonna põhilisi valimisloosungeid propageerivad videod kandsid endas sõnumit, et kui elu läheb edasi Reformierakonna valitsusega, siis „võib kindel olla“, et pensionid tõusevad, vanemahüvitised säilivad ja palgad tõusevad.

Lisaks reformierakonna põhilisi loosungeid reklaamivatele videotele oli Reformierakond oma ressursse suunanud ka nõ halli massi ja värske valijate (noorte) püüdmisele, kes tavaliselt valimas ei käi. Selle tarbeks oli tehtud mitu erinevat videoklippi. Ka Annika Arras (2011) tõi välja, et lisaks eelmainitud kolmele põhilisele sihtrühmale olid üheks sihtgrupiks noored, kellega püüti kontakti saavutada eelkõige sotsiaalmeedia kaudu (sh Youtube'i videod).

Üks neist videotest oli *slideshow* stiilis pealkirjaga „Ei ole vahet“ (RE 2011) ning sõnumiga, et iga inimese hääl loeb, „Tule valima!“. Lõpus toodi ka sisse nende valimiste põhiloosung „Võid kindel olla“. Ülejäänud kaks videot olid suunatud eelkõige noortele valijatele, inimesi kutsusid valima noored Eesti prominendid Lauri Pedaja ja Joosep Järvesaar. Kõikides videotest kasutatakse vastandumist teistele erakondadele ning rõhutakse ümber nurga selle, et teised erakonnad (eelkõige just Keskerakond) käituvad amoraalselt ning kui valija ei soovi, et nad pääseksid riiki valitsema, peab minema valima ja tuleb hääletada Reformierakonna poolt. Rõhutatakse ka seda, et nüüd on võimalik valida interneti teel, mis teeb valimise mugavaks.

Nagu Isamaa ja Res Publica Liidul, oli ka Reformierakonna kampaania üks keskne sõna „kindel“. Antud kontekstis on see kindlasti konservatiivne sõna. Kui liberalistlike maailmavaate esindajad peaksid üldises kontekstis olema oma väljaütlemistes uuendusmeelsed, siis Reformierakonna tänavune kampaania toetus pigem stabiilsusele, rõhutades et asjad peavad jääma kindlaks ja püsima oma kohal. Kuigi käsitleti ka palkade ja pensionite suurenemist, mis tähistab muutust, jäi siiski domineerima vaade, et praegu on kõik hästi ja sama poliitikat peab stabiilselt jätkama. Konservatiivsus väljendus ka erakonna värvikasutuses (tumesinine ja valge). Reformierakonna 2011. aasta reklaamikampaaniat võib visuaalselt lugeda pigem konservatiivseid väärtusi väljendavaks kui liberaalseks.

4.3.2.4. Eestimaa Roheliste valimisreklaam

Eestimaa Rohelised 2011. aasta valimistel välireklaami ei teinud. Mattias Luha (2011) sõnul oli see tingitud nii võimaluste puudumisest kui ka rohelise mõtteviisi edasikandmise soovist. Eestimaa Roheliste kampaaniat teinud reklaamiagentuuri Spring esindaja Sass Henno (2011) ütles oma e-mailis autorile välireklaami mittetegemise põhjenduseks, et rohelise maailma huvides välireklaami plakatitele puid ei raisatud.

See-eest aga panustas EER videoklippidesse, kus kajastuvad erakonna põhilised teemad ja valimisloosungid, millega valimistele mindi. Eelnevate erakondade puhul analüüsis autor pigem üldisi valimisreklaame, mitte üksikkandidaatide omi, milles korduvad põhilised loosungid ja sõnumid, ent EERi puhul on olemas ainult kandidaatide reklaamid, kus kajastuvad üksikhaaval põhilised loosungid, mis on üles tähendatud ka erakonna koduleheküljel.

Loosung „Maaelu kaitseks“ tuleb välja Aleksei Lotmani valimisvideos (EER 2011), kus antakse edasi sõnumit, et valides Roheliste Erakonna saab valija õiglase maapoliitika ning hea ja jõuka maaelu. Videos räägib Aleksei Lotman ise, taustal jooksevad pildid viljapeadest. Video põhiliseks taustatooniks on roheline, mis sümboliseerib nende rohelist maailmavaadet. Pildil figureerivad ka Roheliste Erakonna logo kirjaga „Eestimaa Rohelised Vabad kodanikud“ ja loosung „On aeg“.

Loosung „Elurikkuse poolt – loovus kooli!“ kerkib esile Marek Strandbergi kandidaativideos, kus mees nendib, et praegune koolikord ei soosi loovust ning toonitab, et riigi aitab jalule

üksnes loov ja avatud mõtlemine. Rohelised lubavad, et ei lasse õpetajatel ja õpilastel robotiteks muutuda. Video taustal jooksevad graafilised kujutised arvutitest ja muudest koolitarvetest. Video lõpus korraldatakse pildiliselt põhilisi valimiste üldloosungeid: „On aeg“ ja „Vabad kodanikud“.

Täpselt samasuguse ülesehituse, värvikasutuse ja üldloosungite kordamisega on valimisvideod veel teemadel „Nõrgemate poolel“ (loomade kaitseks – nenditakse, et ainult rohelistel on programm, kaitsmaks loomi julmuse eest), „Lugejate valik“ (igale Tootsile 12 koolitalve jätkusuutliku Eesti nimel – kohustuslik keskharidus), „Inimeste heaks“ (kodanikupalga kehtestamine ja roheliste nimekirjas kandideerivate üksikkandidaatide poolt hääletama kutsumine).

Rohelist loodust hoidvat ja väärtustavat mõtteviisi kandsid edasi eelkõige Eestimaa Roheliste erakonna valismeeened, näiteks lilleseemnete kotikesed, kurgipurgid jms. Rohelist mõtteviisi kandis asjaolu, et Mattias Luha (2011) sõnul välditi kampaania kavandamisel väga kindlalt valismeenetena näiteks pastakaid ja õhupalle. Eesmärk oli pakkuda valijatele midagi, mida nad saavad realselt kasutada ning mis ei reostaks loodust nagu plastik ja kumm.

Eestimaa Roheliste põhiliseks kolmeks kõlama jäänud keskseks teemaks võib nimetada rohelse mõtteviisi ja maaelu arendamist, kodanikupalga kehtestamist ning vabade kodanike kandideerimist roheliste nimekirjas.

Roheliste erakonna reklaamvideotes figureeris kogu aeg roheline värv, välja arvatud juhul, kui oli tegemist nõ vaba kodanikuga, kes roheliste nimekirjas kandideeris (siis oli reklaamitooniks sinine). Roheliste ideoloogiat väljendasid valimisklippides loosungid „Maaelu kaitseks“ ja loomakaitse teema puhul „Nõrgemate poolel“. Erakonna koduleheküljelt leitavatest põhiloosungitest, mis osaliselt sisuliselt kattusid ka valimiste reklaamvideote sisuga, kuigi sõnastus polnud päris sama, väljendasid rohelist mõtteviisi loosungid „Terve majandus, puhtam loodus“ ja „Maa mahedaks, rahvas rikkaks!“.

Ülejäänud teemad, mis olid seotud vabade kodanikega, keskhariduse ning loovuse viimisega kooli, ei väljenda rohelist maailmavaadet. Mattias Luha nentis, et valimisloosungid ja teemad olid nõ *fifty- sixty kaldu* rohelse maailmavaate poole. Siinkohal julgeb autor väita, et pigem olid kesksed ja pälvisid suurema tähelepanu teemad ja loosungid, mis ei olnud seotud rohelse

maailmavaatega, vaid eristasid rohelisi rõhutatult teistest erakondadest: kodanikupalk ja vabade kodanike kaasamine valimisnimekirjadesse.

Roheliste erakonna kampaania visuaalne külg ja valimismeened kandsid kindlasti nende ideoloogiat, samuti kajastusid neis maaelu ja loodust puudutavad teemad.

4.3.2.5. Sotsiaaldemokraatliku erakonna valimisreklaam

Sotsiaaldemokraatliku erakonna 2011. aasta valimiste põhiloosung oli „Uus algus“, mis läbis kogu nende reklaamikampaaniat. Seekordsetel valimistel kõlas reklaamides ühe tunnuslausena ka sõnapaar „Hoolimise jõud“, mis koos SDE logoga reklaampildist läbi jooksis.

SDE kampaaniakoordinaator Piret Hartman nentis, et kampaaniat alustati SDE kui brändi kinnitamise kampaaniaga. Seal tuli ka sisse loosung „Hoolimise jõud“.

Brändikampaaniat iseloomustab hästi SDE videoklipp „Hoolimise jõud“ (SDE 2011) , mis juhatas sisse SDE valimiskampaania alguse. Video esitab SDE põhisümboolika ja hoolimise jõu sõnumi. Nimelt märkab jalutav noormees majade vahel pargis unarusse jäänud närtsivat roosipõõsast ja otsustab selle taas ellu äratada. Noormees valvab roosipõõsast nii ööl kui päeval ning hoolitseb ta eest, kuni roosipõõsas kasvab suureks, läheb ilusaks ja puhkeb õide. Kuna punane roos on sotsiaaldemokraatide tunnuslill, on see videos kergesti seostatav SDEga, lisaks annab video sisu edasi mõtte, et hoolimises ja hoolitsemises peitub jõud. Video lõpus korratakse „Hoolimise jõud“ *sloganit*.

Antud video väljendab nii visuaalselt kui ka sisuliselt sotsiaaldemokraatliku maailmavaate põhimõtet, et riik peab olema nõ paks ning hoolitsema oma inimeste eest, nagu hoolitses noormees roosipõõsa eest.

„Uue alguse“ loosungi sisu seletab kõige paremini Sven Mikseri (SDE uue esimehe) video „Me ei saa kunagi jõukaks, kui meie konkurentsieeliseks on vaesus...“ (SDE 2011). Video eesmärgiks oli panna valija ultimaatumi ette – „kas tammuda edasi tupikteel või teha uus algus“. Videos rõhutatakse riigi rolli laste hariduses ja tööpoliitikas ning öeldakse, et kui rahvas usub, et tark majandus algab targast rahvast, tuleb valida Sotsiaaldemokraatlik erakond.

„Uue alguse“ mõtet kannavad ka videoklipid „Kas Eesti mõte on hangumas?“ (SDE 2011), mille sõnum ütleb, et Eesti poliitika vajab *restarti* ning et rasked küsimused vajavad sisulisi vastuseid, kui ka klipp „Eesti uue tulemise võti on Eesti inimvara...“, mille sõnum on: Eesti riik peab toetama oma inimvara targaks saamist mitte ainult tasuta kõrgharidusega, vaid toetades nii lapse kasvamist, alus- ja keskharidust kui ka huvitegevust.

„Uue alguse“ loosung on paljuski üles ehitatud eristumisele võimul olevatest erakondadest, mida kandis edasi ka kampaania sisuline sõnum.

Lisaks neile kahele üldisele kampaanialoosungile leidis SDE reklaamides kajastamist 10 olulist teemat, mis loosungitena kokku võttes vannutavad: „Igale lapsele täisväärtuslik lapsepõlv“, „Toetame tarka tööd“, „Toidukorv soodsamaks“, „Tasuta kõrgharidus“, „Võrdse töö eest võrdne palk“, „Õiglane tulumaks“, „Paindlik pensioniiga“, „Arukas energiapoliitika“, „Eesti asukoht arengut teenima“, „Elavdame maaelu“ (vt Pilt 15)

SDE 10 LUBADUST:

1. Igale lapsele täisväärtuslik lapsepõlv

- Kolmekordistame lapsehoolduse, makstes 19 € asemel 60 € kuus laps 19-aastaselt saamiseni.
- Täname igale lapsele lasteaikoha.
- Täname tasuta koolitoidu ja õppevahendite gümnaasiumi või kutsekooli lõpuni.

2. Toidukorv soodsamaks

- Vähendame toidukaupade käibemaksu 20%-lt 5%-le.
- Sellega ohjeldame toidukaupade hinnatõusu, toetame kodumaiseid tootjaid ja mis põhiline – saame lubada endale ning oma lastele rohkem kodumaiseid ja tervislikke toite.

3. Toetame tarka tööd

- Kaheldame töötute ümber- ja täiendõppe rahastamist.
- Võtame töötute koolitamisel arvesse tööturu tegelikke vajadusi.
- Lõpetame töötajate koolitamise täiendava malustamisega.

4. Tasuta kõrgharidus

- Suurendame riigieelarveliste õppekohtade arvu, võttes arvesse tööturu arenguid ja innovatsiooni.
- Maksame üliõpilastele 130 € tudengipalka ja heade õpitulemuste eest 65 € lisaks, et noored saaksid õpingutele pühenduda.

5. Võrdne töö eest võrdne palk

- Naiste ja meeste palgalõhe Eestis on 30%, mis on Euroopa Liidu suurim.
- Selle vähendamiseks tuleb muuta palgad läbipaistvaks, tõsta nn naisterööde palku, soodustada valdkondlike palgaleppide ja tösta inimeste teadlikkust.

6. Õiglane tulumaks

- Progressiivne tulumaks võimaldab tösta lapsehooldust.
- Kuni 1000 € suurusele kuupalgale jääb kehtima senine 21%-line tulumaksumäär, 1000 € ületav sissetulekuosa maksustatakse 26%-ga.

7. Paindlik pensioniiga

- Elasta sisetöö, soovi ja suutlikkuse tõelust osaleda on erinev.
- Arsame võimaluse valida pensionile mineku aeg 60 - 65 eluaasta vahel sõltuvalt, mida hiljem pensionile minna, seda suurem on pension.

8. Arukas energiapoliitika

- Teeme tarbijatele energia säästmise lihtsamaks ja odavamaks.
- Suuname CO2 heitmevähendamise tuludest vähemalt 75 miljoni € energia kokkuhoidmise ja koonete kütetulu vähendamiseks.

9. Eesti asukoht arengut teenima

- Eesti edu toetugu targale tööle, teadus- ja arendustegevusele ning meie soodsale geograafilisele asendile.
- Arendame otseühendusi kõigi oluliste turudega idas ja läänes.

10. Elavdame maaelu

- Põllumehed ja kalurid peavad saama oma töö eest õiglast tasu.
- Toetame Eesti toidu tootmist ja turundamist.
- Toetame investeringutetusega põllumajanduse ühistulust tegevust.

Sotsiaaldemokraatlik Erakond

Uus algus!

SDE
hoolimise jõud

Pilt 15. Haabersti SDE voldik

Allikas: SDE reklaammaterjalid (2011)

Võib öelda, et SDE valimislubadused olid kõige mitmekesisemad. Reaalne valimisdebat koondus aga eelkõige mõne loosungi ümber. Põhilised teemad, mida nii valimisreklaamis kui ka debatis palju kajastati, pärinesid töö, sotsiaal- ja hariduspoliitika valdkonnast ning olid enamjaolt üksteisega seotud. Näiteks väide, et hea haridus tagab hea tööjõu. Kogu kampaaniat läbisid peamised üldloosungid „Uus algus“ ja „Hoolimise jõud“. Sisulisse debatti olid uue alguse kontekstis sisse toodud eelkõige loosungid „Igale lapsele täisväärtuslik lapsepõlv“,

„Toetame tarka tööd“, „Tasuta kõrgharidus“ (kuigi enamjaolt pigem kontekstis, et tähtis on kogu haridustee alates põhikoolist) ja „Õiglane tulumaks“ (progressiivse tulumaksu idee toetamine).

Nagu eelnevalt mainitud, oli SDE üks põhiteemsid tasuta kõrgharidus, nagu ka IRLil, kuid kahe erakonna lubadused olid pisut erinevad. SDE lubas vastavalt võimalustele suurendada riigieelarvelisi õppekohti ja õppetoetusi, IRL lubas aga pigem tasuliste õppekohtade kaotamist ja kõigile võrdselt tasuta kõrgharidust. Kuigi need kaks erakonda astusid valijate ette enamvähem sama loosungiga, võib öelda, IRL esines sisuliselt vaskpoolsema mõtlemisviisiga kui SDE, lubades kõrgharidust kõigile võrdselt tasuta.

SDE pidas valimiskampaanias rangelt kinni oma põhilistest visuaalsetest elementidest ja põhiloosungitest, need olid esindatud kõikidel põhilistel valimismaterjalidel. Nii kogu videomaterjal kui ka trükireklaam oli teostatud rangelt punastes ja valgetes toonides, esindatud oli ka roheline toon, mis on sotsiaaldemokraatidele samuti visuaalselt omane.

SDE üheks keskseks kampaaniasõnaks, mis kõlas erinevates valimisloosungites ja reklaamides, oli sõna „tark“, seda rõhutati kõikides „Uue alguse“ videoklippides, et anda edasi oma seisukohta tarkuse edasiviivast jõust. See seletab ka fakti, miks Piret Hartman (2011) nimetas üheks põhiliseks valimiste sihtrühmaks haridus- ja kultuuritöötajad, kes on tarkuse edasikandjads. Põhiloosungites, mis rõhuvad tarkuse edendamisele, võrdsele palgale, hoolivusele ning progressiivsele tulumaksusüsteemile, andis Sotsiaaldemokraatliku Erakonna kampaania hästi edasi vasak-tsentrilist ideoloogilist profiili. Lisaks võib öelda, et paljuski kandis 2011. aasta reklaamikampaania rahvuslikku ideoloogiat, rõhudes eestluse rahva püsimisele ja Eestimaise põllumajanduse toetamisele.

4.3.2.6. Keskerakonna valimisreklaam

Keskerakonna valimisreklaami läbiv keskne loosung kõlas resoluutselt: „Aitab!“, see oli leidlikult põimitud ka nõu teemaloosungitesse.

Keskerakonna valimiskoordinaator Andres Hiie (2011) ütles, et nende neli põhilist ideoloogilist maailmavaadet toetavat loosungit olid „Aitab tööpuudusest!“, „Aitab maaelu suretamisest!“, „Aitab tasulisest kõrgharidusest!“ ja „Aitab madalatest pensionitest!“.

Lisaks neile neljale kõlalsid kampaanias veel laused „Aitab hinnatõusust!“, „Aitab katteta lubadustest!“, „Aitab vaesusest!“. Kuigi läbi mitmendate valimiste püsis aktuaalsena ka teema „Toeta astmelist tulumaksu“, polnud see otseselt seotud nende valimiste „Aitab“ kampaaniaga. „Aitab!“ loosungite teemad olid üldiselt seotud kandidaatide reklaamiga (nt Pilt 16).



Pilt 16. Kandidaadiplakat: Priit Toobal

Allikas: Keskerakonna valimismaterjalid (2011)

Ka valimisteemalistes videoklippides esindasid kandidaadid erinevaid teemasid. Näiteks Kadri Simson (KE 2011) rääkis astmelisest tulumaksust ja Jüri Ratas (2011) tööpuudusest.

Kõige paremini võtab „Aitab“ kampaania temaatiliselt kokku KE üldine valimisvideo, mis toob välja ka kampaania fookuses olevad teemad. Klipp on jaotatud temaatilisteks osadeks, kus kõigepealt räägitakse hinnatõusust, siis tööpuudusest. Klipp algab sellega, kuidas noor naine jalutab polettide vahel ja vaatleb hindu. Taustal kõlab tekst: „Kui sa oled väsinud kinnitusest, et sinu elu läheb järjest paremaks, aga tegelikult näed iga päev, et uus hinnatõus on su elu veelgi koomale tõmmanud...“. Klipi teises osas võib jälgida seda, kuidas pere lahkub kohvritega kodust, taustal tekst: „Tajud, et vaatamata kõigile püüdlustele pole sul lootust kodukohas tööd leida ning märkad, et veel üks naabrist on lahkunud naaberriiki inimväärset elu otsima...“. Klipi kolmas osa on adresseeritud pensionäridele: näidatakse laua taga sente lugevaid vanavanemaid, taustal tekstiga „Vaata oma tasaseid ning kokkuhoidlikke vanemaid ning saad aru, et lubatud pensionitõusu ei jõuagi nad ilmselt ära oodata...“. Neljas osa räägib taas Eestist lahkuvatest töötajatest, sedapuhku arstidest. Taustal kõlab tekst: „Kuuled, et Eestist lahkus eelmisel aastal 400 arsti ning mõistad tegelikult, miks ravijärjekorrad nii pikad on.“ Video võtab kokku tekst: „Kellel on siis Eestis hea elada? Kui sa enam ei taha, et sulle

elu ilusaks valetatakse, siis ütle: „Aitab!“ Vali keskerakond!“ Kogu video on masendavates hallides ning mustvalgetes toonides, va lõputekst, mille värvigamma on roheline.

Keskerakonna kampaania oli töötatud välja, vastandamaks ennast võimalikult olevatele parempoolsetele erakondadele. Seda, et ennast vastandati kindlatele erakondadele (eelkõige just Reformierakonnale), kinnitab ka Keskerakonna visuaalse identiteedi käsiraamat (Vt Pilt 17 ja 18).



Pilt 17. Keskerakonna visuaalse identiteedi käsiraamat: erilahendus

Allikas: Keskerakonna valimismaterjalid (2011)



Pilt 18. Kandidaadiplakat: Aivar Riisalu

Allikas. Keskerakonna valimismaterjalid (2011)

Valimiskampaania vastandumissoovi kinnitas ka valimiste koordinaator Andres Hiie: „*Ja meie eesmärk oli, et sellisele parempoolsusele võiks olla palju selgem ja tugevam alternatiiv*“ (Hiie 2011: 2).

Keskerakond on oma visuaalses värvikasutuses üldiselt väga täpne ning vastab oma tsentristlikule välja reklaamitud ideoloogiale. Kõigi valimisreklaamide kohta, seda siiski öelda ei saa. Pensionite tõstmise ja „Aitab vaesusest!“ teemad ning üleüldse suurem riigi osalus sotsiaal-, maksu- ja tööpoliitikas on pigem paksu kui õhukese riigi tunnus, mis nihutab keskerakonna pigem tsentrist vasakule. Analüüsitud reklaammaterjali põhjal oli Keskerakonna põhieesmärk neil valimistel pigem enese vastandamine Reformierakonnale, mitte oma ideoloogia representeerimine.

4.3.2.7. Rahvaliidu valimisreklaam

Rahvaliidu põhiloosungneil valimistel kõlas: „Eestimaist leiba ja tööd!“, mis kindlasti väljendab nende rahvuslik-konservatiivset maailmapilti.

Rahvaliidu fookuses olevatest loosungitest ja reklaamide visuaaliast on autoril raske ülevaadet teha, sest tal ei õnnestunud Rahvaliidu esindajaid kätte saada ja nende käest jäid saamata ka valimismaterjalid. Seetõttu saab autor toetuda vaid Rahvaliidu koduleheküljelt leitavale.

Rahvaliidu lubadusi 2011. aasta valimistel saab edukalt võrrelda teise rahvuslik-konservatiivse erakonna Isamaa ja Res Publica Liidu lubadustega. Mõlemad toetasid lapse kasvatamise eest pensionilisa maksmist, madalamat maksukoormust ja suurmonopolide ohjes hoidmist. Nagu rahvaliitlaste põhiloosungist ilmnas, toetavad nad maaettevõtluse edendamist, mis oli olulisel kohal ka Keskerakonna selleaastases valimiskampanias.

EERI platvormi põhipunktidest lähtuvalt võib erakonna sotsiaalküsimustes paigutada vasakpoolse suuri pensioneid, lapsetoetusi ja kõikjal Eestis võrdväärseid elu-ja arenguvõimalusi toetava maailmavaate esindajaks. Seevastu maksude kogumise ja mitmes muus majandusküsimuses liigitub erakond pigem parempoolseks – pooldatakse maksude alandamist, riigivalitsemisekulude vähendamist ning nõutakse, et tähelepanu keskmes asuks inimene kui indiviid.

5. Järeldused ja diskussioon

Järelduste ja diskussiooni osas seob autor omavahel teoreetilisi ideoloogiaid ja poliitilist turundust käsitleva tausta uurimustöö käigus saadud tulemustega, analüüsides lähtuvalt teoreetilisest taustast ekspertintervjuudest saadud andmeid ning jõuab kriitiliste järeldusteni, mis annavad vastused eelnevalt püstitatud uurimisküsimustele.

Samuti mõtiskleb autor antud peatükis nii oma uurimistöö võimalike miinuste üle, kui ka töö olulisuse üle laiemas kontekstis.

5.1. Järeldused

Uurimustöö koosnes kahest põhilisest uurimisküsimusest ning mitmetest neid toetavatest alaküsimustest. Autor toob välja peamised uurimistulemused vastates kahele peamisele uurimisküsimusele ning teeb neist omad järeldused toetudes töö teoreetilisele baasile.

Milline on Eesti poliitiline-ideoloogiline maastik lähtudes Riigikogu eelmisesse (XI) koosseisu kuulunud kuue erakonna ideoloogilistest profiilidest?

Ideoloogia on ideede, väärtuste ja ettekirjutiste süsteem, mis on omane mingile grupile ning mille funktsiooniks on selle grupi kollektiivse tegevuse korraldamine (van Dijk 1998). Igal erakonnal on oma ideoloogiline maailmavaade, mida on võimalik positsioneerida teatud poliitiliste suundumuste ning tunnuste alusel parem-vasakpoolisel ideoloogilisel skaalal. Konkreetne jaotus näeb välja selline: vasakpoolsed – vasaktsentristid – paremtsentristid – parempoolsed (Toomla 1996). Vasak- ja paremparteisid on kõige lihtsam eristada selle järgi, kas erakond pooldab paksu või õhukese riigi mudelit, ehk siis kas eelistatakse riigi suurt rolli inimeste elus või minimaalset rolli.

Sõltumatute ekspertide intervjuudest selgus, et nad eristavad erakondi parem-vasakpoolisel ideoloogilisel skaalal eelkõige maksupoliitika alusel. Autori arvates on aga maksud üksnes vahend oma laiema poliitika elluviimiseks. Keskerakond ja Sotsiaaldemokraatlik Erakond paigutatakse parem- ja vasakpoolsust väljendava skaala vasakusse otsa, sest nad pooldavad astmelist tulumaksu, kuigi mujal maailmas pole astmeline tulumaks kindlasti ainult vasakpoolsete tunnus. Eestis toetavad vasakpoolsema ideoloogilise profiiliga erakonnad

tõepoolest astmelise tulumaksu kehtestamist, kuid ka see on vaid vahend, et viia ellu nõ paksu riigi mudelit. Maksu tulude ümberjagamine ühiskonna erinevate kihtide võrdsustamiseks on selle väljund.

Autor järeldab uurimistulemustest, et Eesti erakondi on raske kõigi tunnuste alusel üheselt paigutada parem- ja vasakpoolsuse ideoloogilisele skaalale, sest erakondade ideoloogilised profiilid on kirjud.

Näiteks Erakonda Eestimaa Rohelised ei oska ükski ekspert (k.a EERi enda valimiskoordinaator) antud skaalal kummagile poole paigutada, sest erinevate tunnuste alusel võiks erakonna liigitada nii parem- kui ka vasakpoolseks. Eranditult kõik eksperdid olid aga päri väitega, et antud erakonna profiili esindab eelkõige nende keskkonnasäästlikkusest lähtuv roheline maailmavaadepeamiselt .

Eestimaa Rahvaliidu, kui rahvuslik-konservatiivse erakonna paigutavad eksperdid erinevalt rahvuslik-konservatiivsest Isamaa ja Res Publica Liidust vasakule skaalapoollele. Autor nendib reklaamloosungite, valimislubaduste analüüsi ja ekspertide hinnangute põhjal, et mõlemad erakonnad on kahtlemata rahvuslik-konservatiivse profiiliga, mõlemad muretsesvad eelkõige eestluse jätkusuutlikkuse pärast, kuid nende vahendid selle saavutamiseks kuuluvad valdkonniti skaala eri otstesse. Sotsiaalküsimustes domineerivad mõlemal erakonnal vasakpoolsete erakondade tunnused ning majandus- ja maksuseisukohtade põhjal võiks mõlemad liigitada parempoolseks erakonnaks. Ühtmoodi toetatakse neo-konservatismile omaselt vaba turumajandust ning eeldatakse samal ajal riigi hoolimist oma kodanikust. Tähtsal kohal on sellised traditsioonilised väärtused nagu perekond ja rahvusriiklus. Isamaa ja Res Publica Liitu võib mõningate tunnuste alusel (kindel samasooliste abielu vastasus, tugeva rahvusliku kaitse propageerimine, kus tugeva riigikaitse tagamiseks ei pooldata palgalist sõjaväge vaid peetakse otstarbekamaks ajateenistuse jätkamist) kirjeldada ka sotsiaal-konservatistliku erakonnana.

Rahvusideoloogilised vaated pole kindlasti üksnes Eestimaa Rahvaliidu ning Isamaa ja Res Publica Liidu pärusmaa. Kõik Eesti erakonnad toetuvad rahvusliku eneseteadvuse ideele ja selle aspektide säilitamisele, tuues seda erinevate valimislubadustega sisse ka oma valimiskommunikatsiooni. Rahvusriigi säilitamine on autori arvates kõikide erakondade poliitilises platvormis sisalduv mütoloogiline element. Et Eesti riigi taassünnist on möödas vaid paar aastakümnet, on eestlus, rahvuse ning selle keele ja kultuuri elushoidmine endiselt

aktuaalne. Et müütiline kõne vormitakse materjalist, mida on juba töödeldud teatud tüüpi kommunikatsiooni saavutamiseks (Barthes 1970/2004), võib ka praegu leida erakondade programmidesse kirjutatud laulva revolutsiooni aegset isamaalisust, millega põhjendatakse tavaliselt vasakpoolsetele ideoloogilistele vaadetele vastavat käitumist.

Parempoolse skaala paremasse otsa paigutavad eksperdid liberaalsete maailmavaadete alusel Reformierakonna, nentides samas, et alati ei vastata oma poliitikas väljareklaamitud indiviidi vabaduste kaitsmise ideele. Kindlasti peetakse liberaalseks Reformierakonna majanduspoliitikat ning nende poliitikast võib mitmetes küsimustes välja lugeda pigem konservatiivsust kui liberaalsust. Näiteks rahvusküsimustes suhtumises samasooliste parterlusse. Kuigi teooria kohaselt peaksid liberaalid suhtuma samasooliste partnerlusse tolerantset, ei juleta tegelikult nii polariseerivaid hoiakuid võtta, hoopiski ei tule kõne alla nende sissekirjutamine erakonna programmi. Seda põhjendavad eksperdid eelkõige asjaoluga, et tegemist on massiparteiga, kelle pürgimus on saada võimalikult palju hääli, seepärast ei ole neil kasulik võtta seisukohti, millega nad praeguses Eesti ühiskonnas väga palju hääli hoopiski kaotaksid.

Kõik erapooletud eksperdid leiavad, et Reformierakonna sotsiaalpoliitika pole liberaalne vaid pigem vasakpoolne, lubades sotsiaaltoetuste suurendamist. Autori arvates aga ei saa üksnes sotsiaaltoetuste suurendamist võtta vasakpoolsuse ilminguna, kuna tähtis on ka lubaduste jagamise diskursus. On vahe sees, kas lubatakse kõigile võrdselt suuremaid toetusi ehk siis lubatakse toetuste laustõstmist ja jagamist, nagu on omane vasakpoolsele maailmavaatele, või sõltub toetuste jagamine indiviidi eelnevast palgast. Reformierakonna vanemahüvitiste süsteemi ei saa lugeda vasakpoolseks, sest see pole universaalne. Siiski aga ei saa väita, nagu oleks Reformierakonna ideoloogiline profiil sotsiaalküsimustes traditsioonilises mõistes liberaalne. Pigem on antud erakonna puhul tegemist neoliberalistliku ideoloogilise profiili esindajaga, kes usub pimesi, et turg on võimeline kõike reguleerima. Turu-usku võib lugeda välja ka RE tänavusest põhilisest valimisloosungist „Kui majandus on kindlates kätes, läheb ka sinu elu paremaks“. Uut parempoolsust iseloomustavad tugev, kuid minimaalne riik ja vaba majandus (Heywood 2007). Erinevalt klassikalisest liberalismist usutakse riigi rolli teatud olulistes ühiskonnakorralduslikes suundades nagu näiteks sotsiaalsed tagatised (Murumägi 2009). Samuti võib teatud tunnuste alusel pidada Reformierakonna ideoloogilisele profiilile omaseks ka modernset liberalismi, kus on liigutud sotsialismile lähemale, kuid ühiskonda ei paigutata siiski enne indiviidi ning kus liberalismi on juurdunud sotsiaalse heaolu mõiste ning modernne riik muutub heaoluriigiks. Modernset liberalismi iseloomustab

püüd aidata indiviide nii palju, et nad oleks võimelised end ise aitama. (Heywood 2007) Ehk siis sotsiaalset abi pakutakse vastavalt vajadusele. Seega oleneb kõik vajaduse defineerimisest. Ka Reformierakond ütleb, et nende sotsiaaltoetuste jagamise süsteem on vajadustepõhine (Arras 2011). Töö autori arvates erineb eelneva sissetuleku põhjal arvutatav vanemahüvitis, mis tagab korraliku sissetuleku vaid neile, kes on eelnevalt hästi teeninud, modernsele liberalismile või sotsiaaldemokraatiale omasest vajaduspõhisusest. Kuigi valimisloosungitest jooksevad läbi võrdlused Põhjamaade heaoluühiskonnaga, ei kajastu autori arvates nende profiilis päris modernne liberalism, pigem võib Reformierakonna lugeda neoliberalistliku profiiliga erakonnaks.

Sotsiaaldemokraatliku erakonna paigutavad kõik eksperdid üksmeelselt ideoloogilise parem-vasak skaala vasakule poolele, põhjendades seda lisaks eelnevalt välja toodud maksude küsimusega, ka sotsiaalselt võrdsete tingimuste taotlemisega. Nii sotsiaaldemokraadid, keskerakondlased kui ka rohelised lubasid oma valimisprogrammides suurendada universaalseid toetusi. Sotsiaaldemokraatlik erakond on pigem suure kui minimaalse riigi poolt ning nende ideoloogilist profiili seostatakse vasaktsentristliku maailmavaatega. Siiski pole tegu traditsioonilise sotsiaaldemokraatliku maailmavaatega, pigem võib seda pidada kolmandaks teeks (*third way*), mis pakub alternatiivi vanas stiilis sotsiaaldemokraatiale ja neoliberalismile. Kolmas tee on rohkem kohanenud teadmistepõhise ühiskonna ja turule orienteeritud majandusega. Usutakse, et inimesi tuleb aidata ainult niipalju, et nad suudaksid end ise aidata (Heywood 2007). Sotsiaaldemokraatlik Erakond keskendus tänavuses valimisdebatis ja -reklaamides paljuski teadmistepõhise Eesti rajamisele, kus väga tähtis on tark tööpoliitika ning tarkade ekspertide koolitamine.

Eesti Keskerakonda, keda sõltumatud eksperdid liigitasid kindlalt vasakpoolseks parteiks ning erakond ise tsentristlikuks, pooldab samuti tugevat riiki nagu Sotsiaaldemokraatlik Erakondki. Toetatakse universaalsete sotsiaaltoetuste suurendamist, maksusüsteemi küsimustes usutakse, et astmelise tulumaksu kehtestamine aitab tulusid jõukamatelt vaesematele ümber jagada. Kuigi Keskerakonna poliitika tundub esindavat peamiselt vasakpoolset suunda, ei pea nad ise oma parteid vasakpoolseks. Autori hinnangul võib see tuleneda asjaolust, et kuigi Eesti poliitiline kultuur on praegu ideoloogilises faasis, on selles säilinud ka mütoloogilise faasi tunnuseid, kus vasakpoolsust seostatakse millegi nõukogulikuga ning seetõttu välditakse seda, kui ebapopulaarse vaate toetamist ning üritatakse end identifitseerida tsentristliku maailmavaatega erakonnana. Arvatavasti on erakondade ideoloogiliste profiilide kirjususe üks põhjusi just asjaolu, et poliitilise kultuuri praegusest faasist ei ole mütoloogilised elemendid veel kadunud.

Eesti poliitiline kultuur on praegu ideoloogilises faasis, poliitmaastik on võrdlemisi kirju, tekkinud on ideoloogiline diskursus ja poliitika on professionaliseerunud. Erakondade ideoloogilistes profiilides on aga säilinud veel nii mõndagi mütoloogilist ja kindlasti ei ole veel jõutud kriitilis-ratsionaalsesse faasi, mis tähendaks mütoloogiliste kihtide täielikku kadu ning seda, et nii valijad kui ka poliitikud saavad aru, et teatud programmi toetamine tähendab hiljem teatud kindlat poliitilist praktikat.

Kokkuvõtvalt võib öelda, et Eesti poliitmaastik on tõepoolest kirju ning selles sisalduvad erakondade ideoloogilised profiilid veel kirjumad.

Kuigi erakondadel on teatud võtmeteemad, millest nad oma ideoloogias ei taandu, esineb nii mõningaski küsimuses üldiselt skaala paremal pool asuvatel erakondadel vasakpoolseid tunnuseid ja vastupidi. Paljusi seostavad nii poliitikaeksperdid kui ka erakondlikud eksperdid teatud nihkeid vasak-parem skaalal ka ühiskonna hetkeolukorra ja majandussurutisega. Reformierakonna valimiste koordinaator (Arras 2011) tunnistab, et ühiskonna hetkeseisu tõttu on sotsiaalküsimustes nihkunud pisut vasakule, ent Sotsiaaldemokraatliku erakonna koordinaator (Hartman 2011) ütles, et nad ei saa olla nii vasakpoolsed kui tahaksid, sest teatud lubadused pole riigi praeguse rahalise seisukorra juures lihtsalt võimalikud.

Kuivõrd ja kuidas representeerivad erakonnad oma ideoloogilisi vaateid valimisreklaamis?

Kõik erakondlikud eksperdid peavad väga oluliseks oma ideoloogiliste vaadete järjepidevat väljendamist valimisreklaamis, samuti visuaalse maine loomiseks kasutatava sümboolika ja värvigamma järjepidevust. Seetõttu on kõikidel erakondadel olemas visuaalse identiteedi käsiraamatud, mis määratlevad ära, millised peavad üldjoontes välja nägema erakondi esindavad materjalid.

Oma ideoloogilisi vaateid väljendavad erakonnad valimisreklaamis nii loosungite sisu kui ka värvikasutusega. Erakondade loosungite sisu või värvikasutus ei vasta aga alati täielikult nende endi väljareklaamitud ideoloogilise profiiliga. Näiteks Reformierakond reklaamib end liberaalse erakonnana, kellele on omased helesinised toonid, ent kõnealuste valimiste ajal oli nende värv konservatiivselt tumesinine, konservatiivne oli kaloosungite sõnakasutus („Võid kindel olla“). Samal ajal Isamaa ja Res Publica Liit, kelle loosungid olid konservatiivse tooniga, rõhutades samuti nagu Reformierakondki sõna „kindel“, esines liberaalselt ja uuenduslikult helesinistes toonides. Tsentristliku värvikasutusega Keskerakonna

valimislubadused on küll tsentristlikud, ent loosungid pigem vasakpoolsed. Sotsiaaldemokraatlikule erakonnale ei saa värvikasutuse ning loosungite sisu vastavuse osas midagi ette heita. Eestimaa Rohelised kasutavad rohelist toone, kuid nende loosungite sisu oli mitmeti vasakpoolne (nt kodanikupalga kehtestamine). Rahvaliid esineb oma visuaalses küljes äratuntavalt rahvuslik-konservatiivsetes tumesinistes toonides, millega kõlab kokku ka nende valimiste põhiloosung „Eestimaist leiba ja tööd!“. Temaatilised loosungid seevastu esindasid neil nii vasak- kui ka parempoolset maailmavaadet vastavalt sellele, kas tegu oli sotsiaal- või maksuküsimustega.

Erakondade valimisloosungite sisust võib välja lugeda poliitkultuuri ideoloogilisele faasile omast tugevat omavahelist vastandumist. Kõige tugevam on vastasseis skaalal opositsioon *versus* koalitsioon. Kui Isamaa ja Res Publica Liidu ja Reformierakonna reklaamloosungid kinnitavad, et elu on hea ja läheb samal kursil veel paremaks ning neid valides võib inimene „kindel olla“ soodsates arengutes või et see on valija „kindel võit“, siis Riigikogu eelmise koosseisu opositsioonierakonnad valmistasid valimisteks end koalitsioonis olijatele vastandades. Sotsiaaldemokraatliku erakonna põhiloosung kuulutas: „Uus algus“, Eestimaa Roheliste loosungnents: „On aeg“ ja Keskerakond teatas resoluutselt: „Aitab!“. Üksnes Rahvaliid ei vastandanud ennast oma loosungites koalitsioonile.

Eesti Vabariigi Riigikogu praegusesse koosseisu pääsenud erakonnad on pigem massiparteid, kes on orienteeritud müügile ja turule, mitte nišiparteidega. See aspekt väljendub hästi ka erakondade valimiskampaaniates. Ei saa väita, et ükski praegu võimul olev Eesti erakond oleks Lees-Mashmenti (2001, Reeves & Chernatony & Carrigan järgi 2006) järgi täielikult tootele orienteeritud partei, kes keskendub oma valimiskommunikatsioonis ainult ideoloogilistele vaadetele ega ole nõus oma põhimõtetest ja ideedest lahti ütleva ka siis, kui need on ebapopulaarsed. Täielikku tootele orienteerituse puudumist ei saa samuti väita, sest näiteks Reformierakond pole nõus loobuma liberaalsest majanduspoliitikast ning Isamaa ja Res Publica Liit on kindlalt väitnud, et koalitsiooni ei astuta erakonnaga, kes tahab kehtestada astmelist tulumaksusüsteemi. Peamiselt vastavad Eesti erakonnad müügile orienteeritud parteide tunnustele, kus üritatakse oma argumente valijatele müüa, püüdes neid kõikvõimalike reklaamindus-, kommunikatsiooni- ja turundusvõtetega veenda oma ideede paremuses. Erakondade käitumises on täheldatav ka turule orienteeritus, kus parteid disainivad oma olemust vastavalt valijale. Näiteks võib tuua Isamaa ja Res Publica Liidu, kes koostas

üleriikliku küsitluse, millega selgitas välja valijate meelest olulised valdkonnad ja rakendas tulemused oma oma reklaamkampaaniasse.

5.2. Diskussioon

Töö uudsus ja võrdlus varasemate töödega

Antud töö üks väärtusi on kindlasti see, et analüüsi objektiks olid värskest sel aastal toimunud valimised ning erakondade ideoloogilised hetkeprofiilid. Tööst võib leida võrdlusi eelmiste riigikoguvalimistega ning seda on võimalik kasutada edaspidi võrdlusalusena tulevaste valimiste reklaamikampaaniate analüüsimisel.

Kuigi valimisreklaami sisu ja muutumist ajas on uuritud ka varem, pole seejuures ideoloogiate väljendumisele valimiskommunikatsioonis keskendutud sel määral kui käesolevas uurimuses. Näiteks Kairit Kaasik käsitles oma bakalaureusetöös 2007. aasta valimiskampaaniaid, keskendudes kampaania loomise aspektidele, sihtrühmadele ja kampaania edastamise kanalitele. Käesoleva töö puhul moodustavad kampaania loomise aspektid ja sihtgrühmad tausta, mis aitab mõistma, miks kasutati valimisreklaamis just selliseid loosungeid ja mis mõjutas kampaania visuaalse külje väljatöötamist ning kuidas väljendab see kõik erakonna ideoloogilist profiili.

Töö võimalikud puudused

Töö üks oluline puudus on kahtlemata Eestimaa Rahvaliidu enesekuvandi kõrvalejäämine, sest intervjueeritavate ekspertide valimist ei õnnestunud ERL esindajat kätte saada ja neil ei olnud võimalik oma erakonna ideoloogilise profiili ega valimisreklaami olemust selgitada ning selles osas on töö tasakaalust väljas. Ka võib arvata, et ERLiga kontakti puudumise tõttu jäid tema kätte jõudmata nii mõnedki reklaammaterjalid, mis oleksid analüüsis kasuks tulnud. Meetodi kriitikana võib siinkohal välja tuua asjaolu, et ekspertide hõivatuse tõttu oli raske nendega intervjuusid kokku leppida ja ühist aega leida. Peale selle oli alles bakalaureuseastme lõppu pürgival autoril raske leida oma ala ekspertide jutust üles eksimusi ja vasturääkivusi. Kindlasti tulnuks tööle kasuks, kui autor suutnuks arvustava pilguga vaadata ka eksperte endid.

Antud töö olulisus laiemas kontekstis ning soovitused teema edasiuurimiseks

Käesolevat tööd võib pidada oluliseks poliitilise kultuuri arengu analüüsi aspektist, sest see annab võimaluse võrrelda Eesti tänapäeva poliitilist olustikku ja selles toimuvat kommunikatsiooni valijaga poliitilise kultuuri teiste ajajärgudega.

Kõrvutades näiteks praegust poliitilist situatsiooni Lauristini, Vihalemma ja Tallo 1997. aastal Foorumis avaldatud artikliga poliitilise kultuuri arengust Eestis, on kindlasti toimunud nihe ideoloogilisest faasist kriitilise faasi poole. Seda kinnitab fakt, et viimaste valimiste ajal pääses Riigikokku vaid neli erakonda eelmise kuue asemel ning kahanenud on ka erakondade arv üldse. Võrreldes Riigikogu eelmiste valimistega pöörduti 2011. aastal tunduvalt rohkem tähelepanu valija harimisele erinevate meediumite ning poliituuringute ekspertide poolt. Eesti Rahvusringhääling kutsus ellu „Valijakompassi“, Postimees käivitas „Valimismasina“, mõlemad pidid aitama valijal otsustada vastavalt erakonna vaadetele. Poliituuringukeskus Praxis kirjutas oma 2011. aasta valimiste analüüsis valijale soovitusi, millise erakonna poolt võiks valija teatud väärtusi ja poliitikat hinnates hääletada. Valija aktiivne abistamine ja harimine loob head eeldused Eesti poliitilise kultuuri jõudmiseks kriitilis-ratsionaalsesse faasi, kus ka valija saab aru poliitilistest protsessidest ja mõistab erakondade kaugemaid tulevikuvaateid ning oskab teatud erakonna poolt hääletades ette näha ka kindlat poliitilist tegutsemist.

eeltoodu põhjal arvab autor, et just antud aspektist võiks jätkata Eesti erakondade poliitilise kommunikatsiooni uurimist, ning jälgida ajakirjanduse rolli selles kommunikatsioonis erakondade ideoloogiliste profiilide loojana. Edasistesse uuringutesse võiks sisse lülitada ka Eesti poliitilise kultuuri arengu võrdluse teiste postkommunistlike maadega, et anda uurimusele laiem rahvusvaheline kontekst.

Kokkuvõte

Käesolevas uurimustöös sidus autor omavahel Riigikogu XI koosseisu kuulunud erakondade ideoloogilised profiilid nende kajastamisega Riigikogu uue koosseisu valimiste valimisreklaamides 2011. aastal. Et selgitada erakondade ideoloogilise profiili kajastatust valimisreklaamis, oli enne tarvis selgeks teha, milline on see profiil erakondade endi arvates ning millisena näevad seda sõltumatud eksperdid. Selle väljaselgitamiseks intervjueeris autor nii sõltumatuid poliitikaeksperte kui ka erakondade kampaaniakoordinaatoreid. Samuti uuris autor ka erakondade valimisreklaamides sisalduvaid loosungeid ning visuaalseid eripärasid, et teha kindlaks, kuidas need kajastasid erakonna ideoloogilisi vaateid.

Erakondade ideoloogilisi maailmavaateid on võimalik positsioneerida teatud poliitiliste suundumuste alusel parem- ja vasakpoolsuse ideoloogilisel skaalal, mis annab võimaluse teatud tunnuste alusel määratleda erakonna ideoloogiline profiil. Peamine parem- ja vasakparteisid klassikaliselt eristav tunnus on asjaolu, et vasakpoolsed parteid pooldavad riigi suurt osalust inimeste elu korraldamises ning parempoolsed eelistavad riigi minimaalset rolli. Parem- või vasakpoolse ideoloogilise profiili eristamiseks on mitmeid tunnuseid ning mitme erakonna ideoloogilisest profiilist leidis autor mõlemale suunale omaseid tunnuseid. Uuringust lähtudes võib öelda, et Riigikogu eelmisse (XI) koosseisu kuulunud erakonnad paigutuvad oma ideoloogilise üldprofiili poolest pigem skaala tsentrisse. Päris äärmuslik ei ole ükski neist erakondadest, kuid nii mõnegi erakonna profiilis võib kohata tunnuseid, mis on lähedased skaala äärmuslikele asetustele.

Käesoleva empiirilise uuringu laiem põhieesmärk oli kirjeldada ja mõista Eesti poliitilist maastikku, mida autor antud uurimuses ka tegi. Välja said selgitatud erakondade ideoloogilised tunnused ning nende seos erakondade ideoloogiliste profiilide kujunemisega. Samuti võib antud uurimusest järeldada, et ideoloogilised vaated väljenduvad kindlasti ka valimisreklaamis, kuna selles sisalduvad loosungid edastavad valijatele erakondade poliitilisi seisukohti, mis on laiemas pildis seotud nende ideoloogiliste vaadete kui ideede, väärtuste ja ettekirjutuste süsteemiga. Kas valijani jõudvad ideoloogilised profiilid on samasugused nagu erakonnad oma üldisi ideoloogilisi vaateid ise määratlevad, on iseküsimus.

Sõltumatute ekspertide intervjuudest selgus aspekt, et erakondade kampaaniate turunduslik pool on tihedalt seotud ideoloogiliste vaadete esindamise viisiga. Nimelt ei saa erakonnad alati käituda vastavalt valimiskommunikatsioonis deklareeritud ideoloogilistele vaadetele. Näiteks massipartei, kellel on oluline saada võimalikult palju hääli, ei saa häälte kaotamise hirmus avalikkuses esineda väga radikaalsete ja vastanduvate seisukohtadega, isegi kui need on omased ideoloogiale, mida erakond väidetavalt esindab.

Uuringust selgus, et erakondade ideoloogilist profiili mõjutab ka ühiskonna hetkeseis. Kampaaniakoordinaatorite sõnul võetakse kampaaniate väljatöötamise aluseks küll erakonna algsed ideoloogilised väärtused, aga see pole ainus ja põhiline aspekt. Kampaania sisu ja reklaamide väljamõtlemisel etendavad olulist osa ka ühiskonnas hetkel toimuvad protsessid ning see, kellele on kampaania suunatud. Erakonna ideoloogilist profiili kohandatakse kampaaniat kavandades nende kolme parameetri alusel. Näiteks Reformierakonna kampaaniakoordinaator tõi välja, et võrreldes majandussurutise eelse ajaga on erakonna profiil sotsiaalküsimuste osas tõepoolest nihkunud vaatlusaluste valimiste eel parempoolsuse ideoloogilisel teljel pisut vasakule.

Hetkel on raske kinnitada, kas valija suudab poliitilise reklaami põhjal aduda, millise ideoloogilise maailmavaate toetuseks ta hääle annab. Erakondlikud poliitikaekspertid küll usuvad, et valimisreklaam kajastab adekvaatselt erakondade ideoloogilist tuuma, kuid uurimus andis autorile aluse järeldada, et mõne erakonna reklaamides avaldub ideoloogiline profiil selgemalt, teise puhul jääb see ähmasemaks. Igal erakonnal on teatud seisukohad, millest nad mõõndusteta kinni peavad. Näiteks end liberalistliku erakonnana reklaamivale Reformierakonnale on oluline vabaturumajanduse edendamine ja neoliberalistlik usk turu kõikvõimsasse reguleerimisvõimesse. Isamaa ja Res Publica Liidu vääramatu kurss on rahvuslik-konservatiivsete vaadete edendamine, kus kõiki poliitilisi seisukohti selgitatakse rahvusluse hoidmise seisukohast lähtuvalt. Tihtipeale võib aga erakondade loosungite sisust välja lugeda vastandtelgedel asuvate ideoloogiliste vaadete tunnuseid. Uuring annab aluse järeldada, et valijad lähtuvad oma otsustes pigem nendest põhitunnustest, mille põhjal erakonnad ka ise ennast määratlevad ja erakondade ideoloogiliste profiilide siseseid hetkelisi nihkeid teatud tunnuste alusel ei pruugi valijad hästi aduda. Põhjuseks on eelkõige asjaolu, et Eesti poliitiline kultuur on ideoloogilises faasis: välja on küll kujunenud väärtusmõisted ja ideoloogiate võtmesõnad, kuid kadunud pole ka poliitilist kultuuri nõukogude aja järel oluliselt mõjutanud müütiline alge, kus arvamused kujunesid kindlate mütoloogiliste

elementide põhjal. Erakondade profiilid ei saagi seetõttu olla jõudnud kriitilis-ratsionaalsesse faasi, olla selged ja üheselt mõistetavad ning pidada silmas kindlaid pikaajalisi poliitilisi praktikaid. Küll aga võib erakondade ideoloogiliste profiilide kujunemise aspektist positiivseks pidada seda, et kõik erakonnad iseenesest peavad ideoloogilist järjepidavust tähtsaks, mis on eelduseks tulevikus selgete ideoloogiliste profiilide kujunemisele.

Kokkuvõtvalt võib öelda, et antud bakalaureusetöö aitab lahti mõtestada Eesti poliitmaastikul asuvate võtmeparteide ideoloogilisi profiile ning mõista nende rolli valimisreklaamis. Seega arvab autor, et on täitnud oma algselt püstitatud eesmärgid.

Summary

Ideological profiles of Estonian parties and their reflection in electoral advertisements

The purpose of this bachelor thesis is to analyse the ideological profiles of six Estonian political parties belonging to the XI Composition of the Riigikogu and see how they were reflected in electoral advertisements. This study is based on the example of the 2011 Estonian parliamentary election campaign. First, it needed to be clarified how the parties themselves see their profile and how it is described by independent experts. In order to do that, interviews were conducted with independent political experts and the parties' campaign coordinators. In addition, the author studied the slogans in election ads and visual idiosyncrasies to see how they reflected the ideological views of the party.

The ideological views of political parties can be positioned on the basis of certain characteristics on a left-right ideological spectrum, which enables to identify the ideological profile of a party. The main difference between left- and right-wing parties is that the first are in favour of the state playing a greater role in organising people's lives while the latter prefer to minimize its influence.

There are several characteristics to make a distinction between left- and right-wing ideological profiles and some party profiles encompass features from both directions. On the basis of the study, it could be maintained that the parties of the previous (XI) Composition of the Riigikogu are more or less located around the centre of the political continuum. None of them is extremely radical; however, the ideological profiles of a number of parties might also entail characteristics rather far from the centre.

The wider purpose of the current empirical study was to understand and describe the political landscape in Estonia, which was also achieved. The ideological characteristics of the political parties were identified along with their relation to the development of the parties' ideological profiles.

Furthermore, it could be concluded from the study that ideological standpoints also occur in campaign advertising, since the slogans present the electorate with the parties' political postures, which in a broader perspective are associated with their ideological views as a system of certain ideas, rules and values. Nevertheless, whether these ideological profiles as understood by the voters coincide with the parties' own perception of themselves is an issue in itself.

The interviews conducted with independent political experts shed light to the fact that the marketing side of the election campaigns is strongly associated with the way the parties represent their ideological standpoints. In fact, political parties are not always able to act according to the ideological views presented in the campaigns. For example, a people's party, whose main aim is to obtain as many votes as possible, cannot express very radical and controversial beliefs in public without risking to lose votes, even though these beliefs may be in accordance with the ideology that the party is supposed to represent.

The current situation in the society also has an influence on the parties' ideological profiles. According to campaign coordinators, the initial ideological views form the core in developing the campaign, but this is not the main and only feature. The content of the campaign and election ads is to a great extent influenced by on-going processes in the society and by the target market. These are the three parameters shaping the parties' ideological profile when creating an election campaign. For example, the election campaign coordinator of The Estonian Reform Party admitted that compared to the time before the economic crisis the right-wing profile of the party concerning social issues had indeed shifted a little to the left before the previous elections.

It is difficult to say whether people understand on the basis of political advertising the exact ideological view they support in the elections. While the parties' political experts believe that election ads give a true account of their core ideology, the current study allows us to conclude that the advertising of some parties is more elaborate on those terms while in the case of others ideological profiles remain vaguer. In addition, each party holds certain unconditional convictions. For example, The Estonian Reform Party, presenting itself as a liberal party, prioritizes fostering free market economy and the neo-liberal belief in self-regulating markets. The unswerving course of the Union of Pro Patria and Respublica is promoting national-conservative views, where every political standpoint is explained through the aim of maintaining the Estonian nation.

The slogans of parties very often entail characteristics from both sides of the political spectrum. However, the current study indicates that in the decision-making process, voters tend to be leaded by the core ideological characteristics as identified by the parties themselves, and the slight ideological shifts conditioned by the current situation tend to be ignored. The main reason for this is that Estonian political culture is in the ideological phase: the keywords of ideologies and values of the society have already been developed; nevertheless, the influence of the Soviet past on Estonian political culture is still evident. It is natural that party

profiles cannot yet have reached the critical-rational phase, be clear and unambiguous and take long-term political practices into account.

In conclusion, the present bachelor thesis helps to dissect the ideological profiles of the key parties in the political landscape of Estonia and understand the role of those profiles in election advertising. Consequently, the author is of the opinion that initially established goals have been achieved.

Kasutatud allikad

1. Aaviksoo, A & Kruus, P & Saluse, J etc. (2011). Valimislubaduste analüüs: selged valikud tervishoiupoliitikas. (kasutatud mai 2011) http://www.praxis.ee/fileadmin/tarmo/Projektid/Valitsemine_ja_kodanike%C3%BChiskond/OSI_valmisanalueuesid/Valimislubadusteanalyys_tervishoid.pdf
2. Barthes, R. (1970/2004). Mythologies. Tõlketrükk. (2004). Tallinn: Varrak
3. EER. (2011). *Elurikkuse poolt*. URL (kasutatud mai 2011) http://www.youtube.com/user/erakond#p/c/4994EE459BE2B1C3/2/U_biAn6KWYU
4. EER. (2011). *Inimeste heaks*. URL (kasutatud mai 2011) <http://www.youtube.com/user/erakond#p/c/4994EE459BE2B1C3/17/XYligCCFJ4Y>
5. EER. (2011). *Lugejate valik*. URL (kasutatud mai 2011) <http://www.youtube.com/user/erakond#p/c/4994EE459BE2B1C3/17/XYligCCFJ4Y>
6. EER. (2011). *Maaelu kaitseks*. URL (kasutatud mai 2011) <http://www.youtube.com/user/erakond#p/c/4994EE459BE2B1C3/0/xwn9HtZOONQ>
7. EER. (2011) *Nõrgemate poolel*. URL (kasutatud mai 2011) http://www.youtube.com/user/erakond#p/c/4994EE459BE2B1C3/2/U_biAn6KWYU
EER-i poolt antud töö autorile saadetud 2011.aasta Eesti riigikogu valimismaterjalid. (2011) . Autori valduses
8. Eesti erakondade ajalugu. (2011) URL (kasutatud mai 2011) <http://www.erakonnad.info/2011.html>
9. Eesti Keskerakonna kodulehekül. URL (kasutatud mai 2011) <http://www.keskerakond.ee/>
10. Eesti Keskerakonna poolt antud töö autorile saadetud 2011.aasta Eesti riigikogu valimismaterjalid. (2011). Autori valduses
11. Eestimaa Rahvaliidu kodulehekül. URL (kasutatud jaanuar 2011) <http://www.erl.ee/>
12. Erakond Eestimaa Roheliste kodulehekül. URL (kasutatud mai 2011) <http://www.erakond.ee/>
13. Entman, Robert (2002) „Framing: Towards Clarification of a Fractured Paradigm”, in D. McQuail (ed.) *McQuail's Reader in Mass Communication Theory*, London: Sage, pp. 391-397.

14. Heywood, A. (1992). *Political ideologies: an introduction*. London: Macmillan Press LTD
15. Heywood, A. (2002). *Politics (second edition)*. New York: Palgrave Macmillan
16. Heywood, A. (2007) *Politics: third edition*. Basingstoke : Palgrave foundations
17. IRL. (2011). *Emapension*. URL (kasutatud mai 2011)
http://www.youtube.com/irltv#p/u/30/rImO_mDnXtE
18. IRL. (2011). *Kodukulud alla*. URL (kasutatud mai 2011)
<http://www.youtube.com/irltv#p/u/28/88B3LoUQXIE>
19. IRL. (2011) *Tasuta kõrgharidus*. URL (kasutatud mai 2011)
<http://www.youtube.com/irltv#p/u/31/Drk0VKCO8RQ>
20. Isamaa ja Res Publica Liidu (IRL) kodulehekül. URL (kasutatud jaanuar 2011)
<http://www.irl.ee/>
21. IRL-i poolt antud töö autorile saadetud 2011.aasta Eesti riigikogu valimismaterjalid. (2011) . Autori valduses
22. Kaarna , R. (2011). Valimislubaduste analüüs: maksusüsteemi erinevad tulevikud. URL (kasutatud mai 2011)
http://www.praxis.ee/fileadmin/tarmo/Projektid/Valitsemine_ja_kodanike%C3%BChiskond/OSI_valmisanalueuesid/praxis_01_26c.pdf
23. Kilp, A . (2010) . Loeng: Sissejuhatus politoloogiasse ja riigiteadustesse. Autori loengu konspekt.
24. Kirss, L & Mägi, E. (2011). Valimislubaduste analüüs: Eesti hariduse väljakutsed. URL (kasutatud mai 2011)
http://www.praxis.ee/fileadmin/tarmo/Projektid/Valitsemine_ja_kodanike%C3%BChiskond/OSI_valmisanalueuesid/praxis_02_15a.pdf
25. Maarek, P.J. (1995). *Political Marketing and communication*. London: John Libbey & Company.
26. Kaasik, K. (2009). *2007. aasta Eesti valimiskampaaniate analüüs*. Bakalaureusetöö. Tartu Ülikool, ajakirjanduse ja kommunikatsiooni osakond.
27. KE. (2011). *Aitab*. URL (kasutatud mai 2011)
<http://www.youtube.com/user/EestiKeskerakond?blend=11&ob=5#p/u/11/3xFECQcY5L8>
28. KE. (2011) *Jüri Rataskõnab tööpuudusest*. URL (kasutatud mai 2011)
<http://www.youtube.com/user/EestiKeskerakond?blend=11&ob=5#p/u/6/89wky2bCDb4>

29. KE. (2011). *Kadri Simson räägib astmelisest tulumaksust*. URL (kasutatud mai 2011) <http://www.youtube.com/user/EestiKeskerakond?blend=11&ob=5#p/u/4/T6Ri45nD-Ao>
30. Kotler, P. & Kotler, N. (1999). *Political Marketing: Generating Effective Candidates, Campaigns, and Causes*. Newman, B. I (toim). *Handbook of political marketing*. London: Sage, 3-18.
31. Kristiine Leht. (2003). *Valimiste eri*. Nr 2(20) <http://www.tallinn.ee/est/g1075s8639>
32. Lauristi, M & Vihalemm, P & Tallo, I. (1997) Poliitilise kultuuri areng Eestis I-II. *Foorum*, 24. oktoober .
33. Murumägi, M. [2009]. *Neokonservatismi ja neoliberalismi pakt*. URL (kasutatud märts 2011) http://www.keskus.ee/index.php?kategoria=artiklid&action=loe&artikkel_id=2210
34. Quinn, J. *Social Conservatism*. URL (kasutatud mai 2011) <http://usconservatives.about.com/od/typesofconservatives/a/SocialCons.htm>
35. Raun, A. [2011]. Eesti parteid muutusid masus parempoolsemaks. URL (kasutatud mai 2011). <http://poliitika.postimees.ee/?id=374966>
36. RE. (2011). *Ei ole vahet?* URL (kasutatud mai 2011) <http://www.youtube.com/reformierakond#p/u/13/uHw2zbG6GXE>
37. RE. (2011) *Joosep Järvesaar*. URL (kasutatud mai 2011) <http://www.youtube.com/reformierakond#p/u/8/oe1L8wgJtJU>
38. RE. (2011). *Lauri Pedaja*. URL (kasutatud mai 2011) <http://www.youtube.com/reformierakond#p/u/9/xp0THA6bweE>
39. RE. (2011) *Palgad tõusevad, kui majandus on kindlates kätes*. URL (kasutatud mai 2011) <http://www.youtube.com/reformierakond#p/u/34/02PnvsTzXT8>
40. RE. *Pensionid tõusevad kui majandus on kindlates kätes*. URL (kasutatud mai 2011) <http://www.youtube.com/reformierakond#p/u/35/bPZb6rsvrJw>
41. RE. (2011). *Peretoetused on paremad, kui majandus on kindlates kätes*. URL (kasutatud mai 2011) <http://www.youtube.com/reformierakond#p/u/33/cgj7pgINh4o>
42. Reeves P.& Chernatony L.& Carrigan M. [2006] *Building a political brand: Ideology or voter-driven strategy*, URL (kasutatud märts 2011) <http://www.palgrave-journals.com/bm/journal/v13/n6/pdf/2540283a.pdf>
43. Reformierakonna kodulehekülg. URL (kasutatud mai 2011) <http://www.reform.ee/>
44. Reformierakonna poolt antud töö autorile saadetud 2011.aasta Eesti riigikogu valimismaterjalid. (2011). Autori valduses

45. Sotsiaaldemokraatliku erakonna (SDE) kodulehekül. URL (kasutatud mai 2011)
<http://sotsdem.ee/>
46. SDE 2011. aasta riigikogu valimiskampaania videod. (2011).
<http://www.sotsdem.ee/pressinurk/videod/>
47. SDE poolt antud töö autorile saadetud 2011.aasta Eesti riigikogu valimismaterjalid valimismaterjalid. (2011). Autori valduses
48. Toomla, R. (1996) . *Eesti ja euroopa poliitiline maastik*. Tallinn: AS Investeek
49. Toomla, R. (1999). *Eesti erakonnad*. Tallinn: Eesti entsüklopeediakirjastus
50. Toomla, R. (2010) *Eesti erakonnad 2000-2010*. Tartu: Tartu Ülikooli Kirjastus
51. Turk, P & Võrk, A. (2011) Valimisubaduste analüüs: lastega perede toetamine. URL
(kasutatud mai 2011)
http://www.praxis.ee/fileadmin/tarmo/Projektid/Valitsemine_ja_kodanike%C3%BChiskond/OSI_valmisanalueuesid/praxis_02_18a.pdf
52. Van Dijk, T.A. (1998). *Ideoloogia: multidistsiplinaarne käsitus*. Tõlketrükk. (2005).
Tartu: Tartu Ülikooli Kirjastus
53. Varrak, T. (2001). *Poliitika- ja riigiteadus*. Tallinn: Külim
54. Vincent, A. (1995). *Modern political ideologies: second edition*. Oxford: Blackwell Publishing
55. Võrk, A. & Nurmela, K. & Osila, L. Valimislubaduste analüüs: Eesti töö- ja sotsiaalpoliitika väljakutsed. URL (kasutatud aprill 2011)
http://www.praxis.ee/fileadmin/tarmo/Projektid/Valitsemine_ja_kodanike%C3%BChiskond/OSI_valmisanalueuesid/praxis_01_31a.pdf

Lisad

Lisa 1. Ekspertintervjuud

1.1. Intervjuude küsimustikud

1.1.1. Ekspertintervjuude küsimustik (erapooletute ekspertidega: Aivar Voog, Mihkel Solvak, Agu Uudelepp)

1. Kuidas Te kirjeldasite ideoloogiatest lähtuvalt hetkelist Eesti poliitilist maastiku?

1.1. Milline on Eesti erakondade üldine ideoloogiline jagunevus?

2. Milliseid vaatelisi, väärtuselisi ning ideoloogilisi erinevusi Te eristate praegu riigikokku kuuluval kuuel erakonnal?

2.2. Milliseid vaatelisi, väärtuselisi ning ideoloogilisi erinevusi Te eristate Keskerakonnal ning ülejäänud praegu riigikokku kuuluvatel erakondadel?

2.3. Milliseid vaatelisi, väärtuselisi ning ideoloogilisi erinevusi Te eristate Sotsiaaldemokraatidel ning ülejäänud praegu riigikokku kuuluvatel erakondadel?

2.4. Milliseid vaatelisi, väärtuselisi ning ideoloogilisi erinevusi Te eristate Reformierakonnal ning ülejäänud praegu riigikokku kuuluvatel erakondadel?

2.5. Milliseid vaatelisi, väärtuselisi ning ideoloogilisi erinevusi Te eristate Eestimaa Rohelistel ning ülejäänud praegu riigikokku kuuluvatel erakondadel?

2.6. Milliseid vaatelisi, väärtuselisi ning ideoloogilisi erinevusi Te eristate Isamaa ja Res Publica Liidul ning ülejäänud praegu riigikokku kuuluvatel erakondadel?

2.7. Milliseid vaatelisi, väärtuselisi ning ideoloogilisi erinevusi Te eristate Rahvaliidul ning ülejäänud praegu riigikokku kuuluvatel erakondadel?

3. Kuidas Te jagaksite antud erakonnad, millest eelnevalt rääkinud oleme, ideoloogilisele vasak ning parempoolse jaotuse skaalale ning mis alusel?

4. Kas Te arvate, et mõned tunnused ei sobigi parem ja vasakpoolsele ideoloogilisele jaotusskaalale ja neid tuleks võtta eraldiseisvana? (Nt rahvusluse küsimused)

4.1. Kuidas te jaotaksite antud vasak ning parempoolsest jaotusest eraldiseisvate tunnuste alusel erakondi?

5. Kas erakondade positsioon poliitilisel maastikul on Teie arvates muutunud eelmiste valimistega võrreldes?

5.1. Kas erakondade positsioon on vasak ning parempoolse teljele või mõne muu jaotuse alusel muutunud?

6. Kuidas on (või ei ole) teie arvates MASU poliitilist maastiku mõjutanud?

7. Kas Te peate oluliseks, et valimisreklaam ning programm esindavad erakondade ideoloogilist profiili?

7.1. Kui peate, siis miks see on oluline ning kui ei pea siis miks see pole oluline?

8. Kuivõrd on siiamaani olnud valimisreklaam nii antud valimiste käigus kui ka varasemate riigikoguvalimistega võrreldes Teie arvates antud erakondade ideoloogiliste vaadetega vastavuses (esindanud erakondade ideoloogilist profiili)?

8.1. Kas valimisreklaamide taga peitub/ on peitunud ka ideoloogiline sisu?

9. Kuivõrd Teie arvates vastab antud poliitiliste erakondade tegevus (k.a programm ja valimisreklaam) nendele ideoloogilistele vaadetele, mille esindajateks erakonnad end

ise nimetavad? (nt kas Reformierakonna sotsiaalsoliitika on ikka liberaalidele vastavalt parempoolne, kui nad seisavad pensionite tõstmise eest)

10. Kas Teie arvates on valija võimeline eristama antud erakondi ideoloogiliste vaadete põhjal ning kas sellele eristamisele aitab kaasa ka valimisreklaam? Põhjendage oma vastust.

1.1.2. Ekspertintervjuude küsimustik (Erakondade poolsete kampaaniakordinaatoritega: Annika Arras, Piret Hartman, Mattias Luha, Tiit Riisalo)

1. Millest te eelkõige lähtusite oma erakonna kampaania loomisel ja reklaamide välja töötamisel?

1.1. Kas te lähtusite reklaamide loomisel eelkõige erakonna ideoloogilistest vaadetest ning väärtustest või töötasite oma reklaamid välja eelkõige lähtuvalt oma potentsiaalselt valijast ning nende ootustest teie erakonna suhtes?

2. Kas te arvestasite kampaaniasõnumite ja reklaammaterjalide loomisel enda erakonna ideoloogiliste vaadetega?

2.1. Kui jah, siis kui oluliseks pidasite oma ideoloogiliste vaadete representeerimist valimisreklaamis?

2.2. Kui ei, siis miks te arvate, et erakonna ideoloogiliste vaadete representeerimine valimisreklaamis pole oluline?

3. Millite ideoloogiliste vaadete ja väärtuse esindajaks peate oma erakonda?

3.1. Kuhu te paigutaksite oma erakonna parem-vasak poolsele ideoloogilisele jaotusele skaalal?

4. Kuivõrd te arvate, et valija on võimeline reklaamist välja lugema teie erakonna ideoloogilisi vaateid ning väärtusi?

4.1. Mis täpsemalt teie erakonna valimisreklaamis selgitab valijale teie ideoloogilisi vaateid? (ka visuaalne külg)

4.2. Kuidas te eeldate, et valija tajub teie reklaame ideoloogilisest vaatepunktist lähtudes?

5. Kas te peate oluliseks, et valimisreklaam esindaks teie erakonna ideoloogilist profiili Eesti poliitilisel maastikul?

6. Keda pidasite oma kampaania sihtrühmaks 2011. aasta riigikogu valimisreklaami väljatöötamisel?

Lisa 2. Intervjuude litereeringud

Lisa 2.1. Intervjuu Mihkel Solvakuga

Intervjueeritav: Mihkel Solvak

Töökoht ning eriala: Tartu Ülikooli Riigiteaduste instituudi projektijuht; politoloog

- 1. Et kuidas te siis kirjeldaksite ideoloogiatsest lähtuvalt Eesti poliitilist maastiku?**
2. No standardarusaam on, et väga parempoolne, aga tegelikult ei ole kui me vaatame, et kui me vaatame, kui palju on neid erakondi seal vasak ning parempoolses tsentris. Pigem on neid rohem seal vasakul pool ning paremale poole jäävad siis ilmselt siis programmiliselt reformierakond ning IRL. Need on lihtsalt nii edukad olnud või noh reformierakond on lihtsalt nii edukas olnud. Pigem ma tegelikult ütleks, et nad on ilmselgelt rohkem tsentrisse liikunud. Noh kuna see valijabaas on laiem, et noh seetõttu on väljaütlemlised, kui võrrelda klassikalise liberalismi arusaamaga, on ikka väga umbmääraseks muutunud nende ideaal. Seetõttu imselgelt on näha , et nende eesmärk on ikka laiem, kui et mingisugust tsentrisolevat valijaskonda püüda. Tegelikult kui me vaatame tsentrist paremalpool olevaid erakondi, siis nad on küll tugevamad, kuid rohem erakondi on ikka vasakulpool. Sest noh Kesk on ilmselgelt oma programmiliste lubaduste poolest vasakpoolne ja noh isegi sotsiaalselt üllatavalt liberaalne. Ja ülejäänud kah, noh Sotsid loomulikult, Rahvaliit ka tegelikult sihuke, kuigi noh see pilt mida nad üritavad jätta on mingisugune rahvuslikkonservatiivne, siis sotsiaalpoliitika poolt vaadates on nad ikka vasapoolse erakonna moodi välja näevad. Noh Roheliste puhul mina ausaltöeldes ei oskagi öelda kus nad asuvad. Sest neil sisuliselt ju siamaani puudub programm. Pigem jätab siamaani mulje nagu sihukesest väga kitsast survegrupist. Ja noh muidugi sihukene keskkonnakaitse jne. Aga sellised laiemad küsimused maksudest ja sellest riigi rollist on ikka väga minimaalselt välja toodud. Noh nende puhul on selline paigutamine väga keeruline. Neid ma ei oskaks siis nagu...
- 3. No praegu nad ju tahavad mingit kodanikumaksu tuua sisse?**
4. No see on ilmselgelt väga vasakpoolne idee jah, aga noh see on üks hüüdlause, mida nad sisse tahavad tuuaga. Aga noh jah programmid veel sellisel kujul väljas pole, aga

need küsimused vajaksid veel põhjalikumat lahti seletamist, mis nende hüüdlause taga siis on. Kui saaks neid kuidagi määratleda, sest praegu on see kõik veel liiga loosungilik, sest neil pole mingit...ee... neil pole siis kõrvale võtta mingit väga korraliku üldprogrammi, lisaks sellele valimisprogrammile siis, mille alusel ma saaksin otsustada, kas siis see näide antud juhul ka kuidagi ...kas selle taga on siis ka kuidagi mingisugune üldprogrammis välja toodud väga kindel sotsiaalne maailmavaade. Seda sellisel kujul veel ei ole jah. See on mingisugune taktikaline ütlus enne neid valimisi. Ma ei julgeks neid jah selle alusel päris vasakpoolsete alla paigutada. Seda enam noh, et kui need maksuüsimused mis on olnud, et käibemaksu määra tõstmine, et Keskerakond on üritanud neid muutusi, parandus maksuküsimustes ka läbi viia, aga noh kui vaadata, kuidas Rohelised seal käitunud on siis mingit süstemaatilist ühe või teise poole pooldamist seal ei olnud, vaid need kõik on ikka olnud seotud mingi roheliste eesmärgiga, mis iganes siis näiteks taastuenergia toetusega ja vastvalt sellele siis on siis hääletatud kas opositsiooni või koalitsiooni poolt. Sellisel kujul ma julgeks öelda, et käitumisest ei tule küll välja, et nad oleks oma sotsiaalpoliitika poolt ära määranud selgelt.

5. **Milliseid nagu selliseid üldiseid vaatelisi ning väärtuselisi ning ideoloogilisi erinevusi te siis eristate, eelkõige just analüüsitavate hetkel Riigikokku kuuluvate erakondade baasil... Et siis milliseid vaatelisi, väärtuselisi ning ideoloogilisi erinevusi te siis eristaksite Keskerakonnal ülejäänud erakondadega võrreldes?**
6. Noh mille alusel üldse seda ideoloogiat defineerida, Üldiselt reeglina selline kekne oleks ikka mingisuguse selle indiviidi ja riigi vahekord, plus siis mingisugused maksuküsimused. Noh tegelikult peaks filosoofiliselt sellest lähtuma siis, kas me väärtustame eelkõige mingit kogukonda või mingit indiviidi ja kas meil on mingi range hierhiline struktuur või mitte. Et sellest peaks siis nagu lähtuma. Eesti erakondade puhul ma tegelikult ütleks, et seda laiemat filosoofilist arusaama on natuke jah (.) mitte natuke vaid (.) et jah on vähemaks muutunud seda. Et varem jah oli see arvatavasti selgemini profileeritud. Et näiteks reform ja võib-olla IRL ka mingil määral aga (.) aga nüüd ma ütleks, et filosoofiline pool seal nii kergesti välja loetav pole. Et kui siis on väga selged mingisugused. Et sealt võib siis järeldada, milline on see, on see filosoofiline arusaam seal taga aga, noh see on selline pigem vastupigi kui see ideaalis on või peaks olema. Aga no Keskerakonna erinevus siis kellega võrreldes või kõikidest teistest, või mis mõttes?

7. Üldiselt jah kõikidest teistest, et mis siis neid vaateliselt ning väärtuseliselt teistest nagu väga eristab?

8. Eeh, noh jah... et mille alusel seda hinnata, et see on Eesti puhul nagu igavene probleem. Programmiselt võttes siis on näha, et nad on ikka vasktsentris . Et igasugused maksuküsimused, ebavõrdsuse probleemiks seadmine, noh rahvusvähemuste küsimus ja nendel on programmist rääkides sotsiaalliberalismi poolt rääkides on suhteliselt liberaalsed seisukohad, selles mõttes, et mingised vähemuste õigused ja nii. Et noh selle profiili järgi klassifitseeruks ta vasakpoolseks erakonnaks ikkagi pigem . Aga noh see on jällegi programm. See mis ta seal kesksel perioodil teeb võrreldes selle programmiga teeb, siis noh seal on osade punktide puhul (.) noh mis tal seal 2003 vastu on võetud, see üldprogramm (.) on nad juba tänaseks päevaks juba risti vastupidi käitunud ka juba ning mingit risti vastupidist poliitikat ellu viinud. Nii et noh, siin tekib see küsimus, kas nende programmide põhjal nende erakondade mingisugune liigitamine siis ei vasta sellele kuidas nad tegelikult käituvad. Ja noh Keski puhul on see vast natuke rohkem välja tulnud.

9. Mida nad siis on siamaani teinud vastupidi? Et mida nad lubasid eelmiste valimiste ajal ja käitusid vastupidi nende valimiste ajal?

10. Ee noh eelmiste valimiste lubadustega võrreldes läheb üldse keeruliseks, et seal ma ütleks seal ei tulnud sisuliselt mingit vahet sisse. Et nad lihtsalt lubasid kõik mingit tohutut heaolu ja paremaid mingisuguseid emm noh paremaid sotsiaaltoetusi jne. Aga noh risti vastupidine, mitte selle programmi järgi käitumine avaldub lihtsalt selles, et kui nad näiteks Reformiga koalitsioonis olid, siis nad lihtsalt ohverdasid mingid võtmeküsimused mida nad on no (.) no millal see astmeline tulumaks tuli? No see tuli juba 90ndate lõpus väga tugevalt sisse. Ja no konstantselt nad on olnud esimese asjana selle ohverdanud. Ja noh loogiline ka, instrumentaalne käitumine, et eesmärgiks on ikka valitsusse saada ja selleks tuleb ikka mingeid kompromisse teha, kuna koalitsioonivalitsused pole muidu võimalikud. Aga noh kui mõelda, et näiteks siis kui Reformierakond nad olid koalitsioonis, siis eee...siis oli Keskerakond oli suurem koalitsioonipartner. Nad ei määranud ju peaministrit ja loobusid oma võtmelubadustest. No mingeid asju nada ka tegid. Tegid nii, et nagu nad lubasid. Nt eesti raudtee tagasiostmine. Teatud tingimustel võib ka selle liigitada natuke vasakpoolsema arusaama järgi, et riigil peab olema mingisugune osalus mingites monopolides ja strateegilistes ettevõtetes. Emm mis nagu siis läheks natukene paremine kokku Keski profiiliga, kui et Reformi erakonna omaga. Aga noh seda

küsimust nii kergelt ei saa ühele või teisele poole panna, kuna seal on ikka strateegilised huvid sees ja see pole niivõrd ideoloogia küsimus seetõttu. Keeruline on neid paigutada, kuna nad ei käitu oma programmide alusel.

11. Aga me rääkisime just sellest, et põhiliselt sobivadki vasak ning parempoolsete skaalale majanduslikud faktorid, et kuidas majanduses käitutakse ja maksudes. Kas siis ülejäänud tunnused tuleks jaotada mingile eraldiseisvale skaalale, et näiteks rahvusluse küsimustes? Et näiteks inimarengu aruandes oli pandud rahvusluse skaala täitsa eraldiseisvana. Kas ta oli 2006. onas vist jah. .. Küsimus on selles siis, kas kõiki tunnuseid on üldse võimalik panna parem- ning vasakpoolsele jaotusskaalale?

12. Ilmselt mitte jah, selles suhtes jah. Küsimus on siis lihtsalt selles kas teised tunnused on siis sellega täiesti risti olevad. Kas parem-vasakskaala siis üldse ei puuduta seda vähemustesse suhtumist. Noh pigem mitte aga midagi seal ikka sees on. Noh see on pigem traditsiooniline arusaam läänelikes demokraatiates, et ilmselgelt seal on ikka vahe sees parempoolsed erakonnad on ikka pigem traditsiooniliselt konservatiivsed erakonnad eelkõige ning ei näi seda nii suure probleemina, vähemuste õigusi jne, samas vasakpoolsed näevad. Samas mingisugused uuemad liberaalsed erakonnad need pigem jah siis, nende jaoks on ka siis probleemiks vähemuste mingisuguste õiguste küsimus (.) kuna seal on mingid indiviidide vabadused. Aga noh see ei sobiks enam jah sinna vasak parempoolsele skaalale. Aga noh Eesti puhul eee läheb see jälle natukene keeruliseks, kuna noh mingisugused muud skaalad mille alla me võiksime neid pigutada, ma ütleks, et seal seal ei tule see eristumine ikka nii suur kui ütleme, et sellele parem vasakpoolsele skaalal. Sest mida me veel võime mõelda on (.) mis me Eesti poliitikas veel võime mõelda on see Venemaa versus Euroopa. Ja noh sel on tegelikul (.) praktilised mingit eristumist ei tule sest ühes otsas on see Kesk, kes soovib natuke rohkem koostööd ja siis teised on koos selles teises skaala otsas. Ta on jah mingisugune väga oluline dimensioon eesti poliitikas jah vaieldamatult aga noh jah, ta ei erista neid erakondi piisavalt vaid jah vastandab ühte kõigile teistele. Ja neid dimensioone võime veel jah noh sisuliselt mingil määral, või noh tegelt mitte päris, võime me veel mõelda kosmopoliitsus versus mingisugune, ma ei tea siis, vist mingi isolatsioon. Aga seal noh need erakonnad kah nii selgelt ei eristu, me saame nad jälle sellisesse järjestusse panna, et sal on ka mingid üksikud kes vastanduvad. Rahvaliit on vastnatuke rohkem rõhutanud seda, et ma ei tea rahvuslik kapital ning et ei tohi mingil juhul erastada mingisuguseid suuri ettevõtteid jne. Aga mingid muud erakonnad ei näe

selles mingit oluliselt suurt probleemi. Et see pole mingi keskne vaidlusküsimus, et suures osas on ikka konsensus. Ei nähta selles väliskapitali tulekus mingit suurt probleemi. Küll aga võib-olla venemaalt aga see on siis see teine dimensioon, mis mõjutab. Et noh läheb väga keeruliseks. Kui me nüüd mõtleme siis veel üks skaala, mis mõnikord pannakse risti on see eeee materiaalne vs postmaterjaalne näiteks noh. Aga kuna Eesti ühiskond on hetkel sellises etapis, kus need pole hetkel ikkagi, et need on mingid tabu küsimused ikkagi veel, siis on ikka väga selge, et kui me mõtleme nende erakondade noh maailmavaadetele, et mis need peaks olema, siis noh Reformierakond, nad väidavad, et nad on ilmselgelt tugevalt liberaalsed, noh siis seal sees peaks käima ikkagi ka keskne vaidlusküsimus, mis seal tuuakse tavaliselt on siis noh seksuaalvähemuste kooselu reguleerimine või midagi sihukest, aga jah noh sotside puhul ka pigem omistatakse sellist liberaalset suhtumist ka sotsiaaldemokraatidel samavõrra. Aga noh need erakonnad ma ütleks, et siis instrumentaalselt ei julge neid seisukohti välja öelda, kuna nad teavad et laiemas ühiskonnas on see teema mingisugune tabu. Võib-olla isegi hukka mõistetud. Sellisel kujul, et kui need inimesed seal erakonnas ka pooldaks nende teemade arutamist (.) Tegelikult see sama koalitsioon mingil ajal ka üritas seda mingil määral reguleerida, siis see asi jäi vist katki IRLi vastuseisu tõttu, siis on näha, et nad tegelikult ei soovi nende teemadega tegelikult tegeleda. Seetõttu on neid ka keeruline paigutada. Ideoloogi järgi vaadates võiks neid paigutada rohkem postmodernseks või mitte aga tegelikult noh nad ei käitu nii ja ei julge neid asju niimoodi välja öelda minu arust.

13. Aga näiteks muulaste ning rahvustluse küsimused, et kui need panna eraldi skaalale, kus siis praegused kuus erakonda selle järgi paikneksid?

14. Näiteks kodakondsuse lihtsustamine ja mingid sihukesed küsimused?

15. Jah.

16. Ja sisseränne ja mingid seesugused asjad?

17. Jah, ning ka keel ja asjad...

18. Jaa, siin on jälle natukene keeruline. Ma ütleks, et mingil määral on jälle (.)kusjuures see sama küsimus on ka valijakompassis sees, see kodakondsuse küsimus. Et pigem on jällegi Kesk, et kui me räägime jällegi rahvusvähemustest ja kodakondusest, siis on jällegi Kesk versus teised. Iseasi jällegi kuidas see jällegi reaalselt välja näeb. Probleemaatiliselt või siis jällegi mingisuguses retoorikas mida nad kasutavad on nad väga ikka selle poolt, et seda vene valijaskonda peab ikka kaasama ning kodakondsusreegleid ning kodakondsuse saamist peab lihtsustama. Aga mida nad on

siis konkreetselt lubanud tegelikult selle vene vähemusele ,kes nende poolt siis suures osas hääletab? Siis ega sealt ei tule midagi konkreetset. Midagi konkreetset pole öeldud. Nad pole ikkagi julgenud välja öelda mingit kodakondsuse nullvarianti , sest see peletaks kõvasti eesti valijaid ära. Me ei hakka rääkimagi mingist teisest riigikeelest või millestki sellisest onju , et noh pigem on see jäänud ikkagi väga umbmääraseks ning võib-olla natuke ehk seda, et nad on seda lihtsalt praktiliselt ellu viinud niiviisi, et Keskerakonnas on rohkem seda vene vähemust lihtsalt näha kõrgematel positsioonidel, et inimesed lihtsalt on nähtavad. Mille tõttu võib justkui nagu järeldada, et okei retoorika on selline ja need inimesed on sel rohkem see kui teistes erakondades ja ilmselt nad siis, kui poliitiliselt mingeid samme astutakse, siis formuleeritaks mingisugust täpsemat poliitikat, siis nad pigem oleks selles suunas. Aga noh ülejäänud erakonnad on ikka väga ettevaatlikud sellel poolel ja jällegi noh mis me mõtleme, et noh mis sinna (.) IRLi puhul ei teki mingit küsimust, et see konservatiivsus seal ei lubakski midagi sellist väita aga noh Reformierakond jälle peaks olema formaalselt liberaalne erakonda, aga ei, nad väldivad seda teemat täielikult ja noh see poliitiline tegevus on ka ikkagi näidanud, et jällegi on vaja püüda valijaid IRLilt ning seda tsentris olevat inimest kõvasti rohkem ning seetõttu nad ei saa olla väga selgelt profileeritud liberaalne erakond, sest siis nad peaks ka tegelikult ütlema näiteks, et samasooliste abielu on okei meie jaoks, suure vähemuse mingisugune vähene kaasatus eesti ühiskonnas on probleemiks, ilma kodakondsuseta inimeste arv on ikkagi mingil määral meie ühiskonnas ikkagi päris suur veel. Küsimus on siis lihtsalt mingites indiviidi vabadustes ning temale võrdsete õiguste andmises jne jne jne . Aga nad ei tee seda sest (.) sest nad ei saa seda endale lubad (.) sest nad on pigem mingisuguses tsentris ja nad ei taha valijaid ära ehmatada. Ja noh okei sotside puhul on seal midagi natuke paremini määrata, aga väga julgelt kodakonduse lihtsustamise küsimust väga julgelt nad küll välja pole öelnud tegelikult. See on mingisugune teema, et kui see keskmesse tõsta siis sellega nagu valimisi ei võida (.) ja see on eelkõige venevähemusega seoses ja see ehmatas mis oli peale seda Pronksiöö oli on nüüd jällegi mingil määral kadunud. See ei ole mingi dimensioon mis domineeriks valimisvõitust ja noh kuna see on ikkagi siamaani niivõrd ...noh kuidas öelda....polariseeriv, siis parem on seda teemat vältida, sest see polariseeriks nii palju, et see oleks nii-öelda nullsumma mäng, et kui sa võidad sellega mingisuguseid valijaid, siis sa kaotad sellega neid valijaid, kelle jaoks on see täielik nullvariant.

- 19. Kas näitaks riigikaitse alusel võiks jaotada neid? Et näiteks Reform soovib palgalist sõjaväge ning IRL, kes samuti on parempoolne on jäädavalt vana süsteemi poolt. Kas niimoodi võiks neid ka jaotada?**
20. Seal on jällegi eristumine nii, et kes on tõepoolest öelnud, et professionaalne armee, palgaarmee, ongi ainult IRL (tal läks sassi, aga sain aru mis ta mõtles Reformi, ega hakanud parandama), sest kõikide teiste programmides...noh eelmistel valimistel oli ka mingiks teemaks...nüüd, nii palju kui ma mäletan, siis need programmid mis väljas on, siis kuskil on mingisugune lause selle kohta ka see.
- 21. Jah, sellel, nii IRLil kui ka Reformil on küll täiendamisel see programm, kuid mõlemil on see väljas. Ja Reform on kohe öelnud, et nad pooldavad palgalist seda sõjaväge ja IRL ütleb, et nad pooldavad vana süsteemi jätkumist. Ja Reformil oli ka veel ajateenimise kuule kuule viimise ettepanek. Lühendamise ettepanek.**
22. Jah, need kaks on ilmselt reaktsioon üksteisele, eriti kui Reform sellega välja tuli, siis IRL mulle tundus, et reageeris sellele, kuigi noh traditsiooniliselt on nad koguaeg rääkinud seda totaalkaitset jne jne. Aga ülejäänud erakonnad on oma põhiprogrammides ning valimisprogrammides...kas oli nüüd rahvaliidus mingis ulatuses... on ikkagi ilmselt see ajateenistus, et ajateenistus ikka jääb ja see totaalkaitse süsteem jne. Siin on lihtsalt üks erakond kes ütleb seda ja teised on ühtse plokina vastupidises positsioonis. Muud need riigikaitse küsimused, et ma ei tea siis, välismisioonidel osalemine ja NATO on konsensus.
- 23. Aga nagu me ka enne rääkisime, kas siis nende erakondade positsioon on poliitilisel maastikul võrreldes eelmiste valimistega muutunud ka? Me rääkisime küll, et mida nad pole teinud, aga kas see positsioon on muutunud kui praegu võtta näiteks praeguseid loosungeid?**
24. Loosungite puhul on see siis keeruline, et need kaks suuremat, kes on end üksteisele vastandanud, et Reform ja Kesk, et noh praegune vaidlus veel käib, või mina ütles, et ei käi mitte selle vasak ja parempoolse vahel, vaid lihtsalt võimulolevate, kaua võimulolnute, ning opositsiooni vahel. Alguse sai see Euroopa parlamendi valimiste ajal, et aeg on nagu vahetuseks. Et noh seda debatti ei saaks nagu kuidagi ideoloogiliseks rõhutada, aga kas mingit liikumist on toimunud, siis võrreldes selle varasema 2007 aasta kampaaniaga, siis noh, ei julgeks öelda, et seal mingit nii väga suurt muutust oleks olnud. Mis no kui neid programme võrrelda, ja noh Reformierakonnal on see kõige põhjalikumalt väljas, siis sisuliselt taandub see asi ikka väga sarnasele 2007nda aasta mingitele lubadustele, ainukese vahega, et sealt on

koristatud ära need täpsed summad, mida lubati mingitele huvigruppidele ja sees on sellised väga kavalad laused, et „eelarvete vahendite olemasolul“ jnejne. Mida varem ei olnud sellisel kujul. Aga muidu see loogika või see põhiline postulaat mis sealt silma hakkab, et see maksukoormus ei tohiks muutuda ning need maksunõuded mis praegu paigas on, need sobivad väga hästi. See ühtne tulumaksu süsteem jne, ettevõtte tulumaksu vabastus. See on samaks jäänud kõik. Madalad maksud on ikkagi see põhi eesmärk, mis on selle programmi põhialuseks, mis oli ka 2007 aasta programmi põhialuses sees. Sellisel juhul seda liikumist küll pole toimunud.

25. Aga reaalselt poliitikas, et kui näiteks võtta, et Reform ütleb, et madalad maksud, kuid teisalt käibemaksu tõstab? Et jah siin tekkib selles mõttes selline....

26. Siin tekib jah selline kriisi segav mõju, et seal olid konkreetsed sammud, et jah. Tegelikult siinkohal võib selle küsimuse jah esitada, et kas see kõik oli niivõrd vältimatu, need sammud mis astuti. Mingis ulatuses see eelarve tuli jah see eelarve tasakaal saavutada. Või noh stasakaal ei tulnud saavutada, vaid kulutusi tuli kokku hoida. Oleks võinud ka suurema defitsiidiga eelarve teha, kui ta praegu oli, see pole ka mingi küsimus. Aga noh see mida see...Mingis ulatuses oli see ikkagi poliitilise valiku küsimus. Et noh siin käitus see...nad tõstsid küll neid maksusid ja kärpisid ka väga radikaalselt aga see sobib nende selle nõ...Ütleks, et kui neid makse tõsteti, siis see põhjendus selle taga sobib nende nõ üldise poliitikaga ikkagi. Et nende eesmärk on ikkagi vastutustundlik majanduspoliitika, mis tegelikult peaks siis...riigi rahastus peaks ka korras olema, et läbi selle tegelikult see riigieelarve on põhi poliitika instrument, läbi selle seda majanduskeskkonda elavdada, see on see põhikriteerium. Kuigi maksude tõstmine peaks vähendama tegelikult seda majanduse aktiivsust, siis see oli tegelikult vahend Euro saamiseks ning see peaks just suurendama seda majandusefektiivsust ning välisinvesteeringuid. Selles suhtes need sammud mida seal astuti oli ka ilmselgelt poliitiline valik, sest see polnud nii, et see oli ainuke variant. Seda eurot oleks võib-olla ka siis mõned aastad hiljem sisse viia. Need sammud, mis seal astuti tunduvad esmapilgul tõepoolest vastuolus olevat sellega, aga nad asuti sellisel eesmärgil ja see põhjus ikkagi sobib selle majandusliku arusaamaga, kuidas majandus ikkagi toimina peaks.

27. Aga kas võib öelda, et see liigutus neid natukene rohkem ka tsentri poole liigutas? Et rohkem riigi sekkumist.

28. Jah, seda kindlasti jah. Vaadates ka mmm mingeid muid valdkondi siis näha on, et nad on ebamäärasemad oma väljaütlemistes, ma ütleks nii palju, sest nad ...okei see

majanduspoliitika üksasi, aga kui me räägime sellest liberaalsusest, siis see peaks kuidagi laiemalt olema. Seal peaks see olema laiemalt mingisugune kodaniku õiguste kaitse sellises ulatuses, et see on see kõige kõrgem asi. Et ei ole tegelikult õigustatud näiteks mingi riigipoolne üleriigiline jälitustegevus ja mingid sihukesed asjad. Aga no kui tulid mingisugused...ma täpselt ei mäleta mis selle reformatsiooni nimi oli, et üle Euroopa viidi sisse miingisugused nõuded salvestada mingisugust netiliiklust mingites serverites jne. Kasvõi samamoodi oli ka siis vist äkki mingisuguste mobiilikõnede ja logide salvestamine. See on ilmselt mingisuguste kodanikevabaduste küsimus. Et see põhjendus, miks see regulatsioon vastu võeti oli mingi terrorihirm. Ma ütlesin, et Euroopas oli selliseid liberaalseid erakondi, kes ütlesid, et tegelikult, hea küll see on probleemiks, aga noh see üks ei kaalu teist ülesse. Et see ei ole ikkagi õigustatud, et see on ikkagi nende vabaduste rikkumine ning koomale tõmbamine mingite julgeoleku põhjendustega aga tegelikult noh meie seisukohtadele on see vastu. Saksas näiteks läksid mõned sellega lausa riigikohtusse välja. Aga meil siin ilma igasuguse debatita tegelikult viidi see ellu ja just nende ministriumite poolt kui Reform oli keskmis. Ma ütlesin, et see on ka üks selle filosoofilisel liberalismi üks selline keskne põhimõte, mis tegelikult täielikult jäi välja sealt. Ja noh sotsiaalse liberalismi küsimuses samamoodi. Ma ütlesin, et nad hämavad taktikaliselt nendes küsimustes. Mida me siit siis järeldada võime, et tegelikult ikkagi olemuslikult seda siis niiväga ei tähtsustata ka, kui see nende jaoks põhimõtteline küsimus ei ole. See taandub ikka sellele majanduslikule dimensioonile nende jaoks.

29. Aga me enne rääkisime, et masust tingituna tegi Reform teatud samme, mis pole temale üldiselt omased, et kas on kuidagi on veel see majandussurutis siis nõ mõjutanud Eesti poliitilist maastiku ning paigutanud antud erakondi skaaladel ümber?

30. Ma ei tea, ma julgeks öelda, et see on vast liiga varajane küsimus veel. Mingil määral on aga noh ma ei tea. Mart Laar on näiteks välja öelnud, et kui ta varem arvas, et töötuks olemine on inimese enda probleem, siis noh see kriis õpetas talle, et nii neid asju päris näha ei saa. Et on mingisugune kiht ühiskonnas, kelle jaoks ei ole see nii, kelle jaoks on see enda valik, vad et see ühiskond ongi nagu ebavõrdne ning struktuur ongi selline, et mingisugusele kihile ei avane need võimalused mis neil tegelikult peaksid olema. Tegelikult on see probleem ja järelikult peaks keegi sellega tegelema. Kes muu kui siis riik peaks sellega tegelema. Mis on näide sellest, et mingi arusaam on muutunud. Et sellist radikaalset majanduse kokkukukkumist, mis on nagu numbrid,

mida muidu nähakse sõja ajal, sellist majanduse kokku tõmbumist, et sellist tööpuudust, mis nüüd küll väheneb. See kindlasti oli mingi šokk, mis ma julgeks arvata, mis natuke rohkem peaks või noh võiks muuta seda paiknevust, kuidas suhtutakse nt ebavõrdsusesse näiteks, et kas see on probleemiks. Sest antud juhul on see kui kiiresti see probleem, see töötus langeb ning kui kiiresti saab vanat viisi edasi minna aga muidu noh ma julgeks ilmselgelt ... või noh, tekiks see arusaam, et tekiks see arusaam või oleks näha, et see suur tööpuudus muutub ka majandusliku efektiivsuse küsimuseks. Näiteks väga ebavõrdne ühiskond ja ühiskond kus tööpuudus on väga suur ei ole lihtsalt efektiivselt toimiv ühiskond. Tegelikult sealt tuleb see sotsiaalne ebastabiilsus jne, et see on märk sellest, et see ühiskond ei toimi hästi. Ja kui seda nähtakse probleemina, siis sellega tegeletakse ka poliitiliselt onju , kui et seda nähtakse mingi olematu probleemina. Nüüd oli see nii suur see töötuse protsent, et aga suhteliselt lühikest aega. Nüüd on ta ikka väga jõudsalt kukkunud. Küsimus on selles, et kas see efekt ning erinevus arusaamades on nüüd tekkinud ja me võime näha seda, et siin hakkab mingi arusaam muutuma, või on see kiire ning järsk jõnks olnud, et tegelikult oli see mingi ehmatus ja nii nagu see varem toimis toimib see ikka samamoodi edasi. Et see oli lihtsalt mingi hirmus pauk, mis tuli maailmamajanduse ja selle kinnisvaramulli lõhkemisest aga tegelikult see meie varasem poliitika ikka toimis mingil määral ja nüüd võib vanaviisi jälle edasi minna. No selle ütlemiseks ma ütlen, et on natukene liiga vara.

31. Kas võib üldiselt öelda, et parempoolsed erakonnad on pigem tänu sellele rohkem hakanud pöörama tähelepanu sellistele sotsiaalküsimustele ja liikunud selle tsentri poole?

32. Jah seda kindlasti. Küsimus on siis selles, et mis siis põhjuste taga on. Et põhjus on siis see, et nad näevad, et ma ei tea tööpuuduses ja selles ebavõrdsuses või on siis probleem selles, et see vähendab inimeste mingisugust noh sisulist vabadust, et kodaniku mingisuguseid sotsiaalsed õiguseid mingilise elule ning heaolule on seetõttu rikutud. Selline tohutu vaesus ja ebavõrdsus tähendab tegelikult seda, et nad ei saa selles majanduses seetõttu normaalselt osaleda ja seetõttu hakkab ka see teine pool kahju kandma. Kui inimene on töötu ja tal pole raha, siis ta ei tarbi samamoodi ja siis jaheneb ka see majandus. Nii on ta instrumentaalne probleem mitte olemuslik probleem. Mitte mingi probleem, kus nähakse ebavõrdsust kui et filosoofiliselt mingit halba asja.

33. Aga ma läheks natuke veits teise poole peale ka, et kas te peate oluliseks, et valimisreklaam ja programm esindavad seda erakonna enda välja reklaamitud ideoloogilist profiili?

34. Kas ma pean seda oluliseks? Jah, loomulikult. Aga küsimus on selles, et noh programm saab seda kindlasti kanda aga need loosungid ma julgeks öelda, et võib-olla ei suuda seda kanda. Nad jääksid liiga abstrakseks, sellisel kujul nad ei toimi või ei tööta. Kui nad siis viiksid valija selle programmi juurde, siis oleks hea, aga pigem nad kipuvad olema mingisugused, mingi imidži politiseerimiseks ja lihtsalt mingite konkreetsete poliitika instrumentide välja reklaamimiseks. Ja sellisel kujul see nendesse loosungitesse ei mahu.

35. Aga noh kuivõrd siis on siamaani valimisreklaam nii praeguste valimiste käigus kui ka eelnevate valimistega võrreldes antud erakondade ideoloogilisi vaateid edasi kandnud?

36. Praegused loosungid mis välja on tulnud kindlasti mitte. Seal käib ilmselgelt vastandumine. Nagu on need sotsid oma „Uue algusega“ nagu on Keskerakond „Aitab!“ ja Reform siis see „Võid kindel olla“, et seal on see eristumine see, et ametis olev ... et see pole ideoloogiline. Et see on see, et üks on olnud kaua valitsuses ja teised ei ole- et seega suunavahetus. Milline see suunavahetus täpselt olema saab need loosungid ei ütle sellisel kujul. Selleks me peame vaatama neid programme. Praegu ma ütleks küll, et ei peegeldu nendes loosungites mingisugune ideoloogiline positsioon. Ja no IRLi puhul võib natukene...või noh tegelikult jälle samas kogu see pere temaatika on kõikidel seal keskmes ja mitte sellepärast...või noh perekond on ka väärtus omaette, aga selle taga on ikka mingi eestluse püsimine ja seal valitseb ka jällegi täielik konsensus tegelikult. Muidu oleks see pere, kui mingisuguse väga olulise ühiskonna, mingisuguse ühiku väärtustamine oleks nagu mingi konservatiivne väide, aga praegu on see ilmselgelt kõikidel keskmes. Varasemad programmid nagu 2007, see oli ikka väga hullumaja. Seal lihtsalt lubati hirmsaid rahahunnikuid kokku ja seal ka välja tuua mingisugust ideoloogilist profiili välja tuua on äärmiselt keeruline. Ma ütleks, et nende loosungites see ei tule välja kuidagi.

37. Kas teie arvates on valija võimeline üldse võimeline eristama erakondi ideoloogiliste vaadete põhjal?

38. Eee...ma julgeks öelda, et mingil määral kindlasti. Aga on see mingi ühtne arusaam seal taga? Ma arvan, et arusaamu nendest ideoloogilistest positsioonidest on sama palju kui neil erakondadel on valijaid. Inimene ennast ikka oskab mingil määral

kuskile paigutada. Aga kui me vaatame eesti valija suutlikust ennast kuskile paigutada, siis ta ikkagi suudab ennast määratleda, ma räägin siin küsitluste andmetest, ta suudab end küll määratleda mingite positsioonide põhjal. Aga kui tal palutakse seda sama teha erakondade puhul, siis noh väga suur osa ei vasta neile küsimustele või siis noh vastab, et ta ei oska seda teha. Või siis teeb seda väga üksikute erakondade puhul. Pigem ma ütleks ka, et inimesed hääletavad sell järgi mida neile pakutakse, mitte pole otseselt sellist nõudlust mingisuguste positsioonide järgi või mingisuguste ideoloogilise menüü järgi, millele siis tuleks see pakkumine vastu erakondade poolt, vaid pigem siis see pakkumine tekitatakse erakondade poolt ja seal seda väga suurt ideoloogilist eristumist ma küll ausaltöeldes ei näe.

39. Aga kas te peaksite oluliseks, et see kannaks seda edasi?

40. Ideaalis jah loomulikult. Need on maailmavaatelised küsimused. Ja selle järgi peaks sõnastama mingid poliitikad, mis pikaajaliselt siis peaks seda ühiskonda struktureerima või noh looma selliseks, et see sobituks selle ideaalse maailmapildiga. Ideaalis peaks see nii toimima jah, aga kuidas see reaalsuses on ma ei tea.

41. Aga praegu siis ideoloogilised vaated mida erakonnad oma poliitikas ja reklaamides esitavad ei lähe siis kokku sellega, kelleks erakonnad end ise nimetavad?

42. Ei, ma ütleks, et väga palju on näha sellist taktikalist käitumist, mitte mingit printsiipiaalset maailmavaadet. Seda ei saa aga neile ette heita, mitte väga ette heita, sest üks asi on see ideoloogia järgi käitumine, aga teemad on ka ikka olulised ja isikud on ka kindlasti olulised. Need kõik moodustavad mingi osa sellest mille poolt siis hääle lõpuks antakse. Kas üks peaks siis seal keskmises olema? Ideaalis ideoloogiate alusel hääletamine oleks keskne aga teemad on ka kindlasti olulised. Ainuke asi on, et ükski teema...need on need lühiajalised faktorid, mis neid erakondi eristavad ja isikud samamoodi. Pikaajalised perspektiivid, need peaks tulema siis ideoloogiliselt positsioonilt, kuid sellisel kujul neid väga hästi näha ei ole. Ma ei julgeks öelda, et noh see on väga oluline või väga vajalik aga noh kui seda natuke rohkem oleks siis see oleks natuke parem, sest siis saab visiooni alusel paremini eristada erakondi ja tegelikult tähendaks see võib-olla ka mingit suuremat stabiilsust. Siis oleks ka ennustatav paremini võib-olla nende parteide käitumine, kui et ainult mingisugused lühiajalised poliitilised positsioonid.

43. Aga ma küsin huvi pärast juurde mis te arvate, kes võiks võita järgmised valimised?

44. Ma arvan, et Reform võidab. Selles ei tohiks mingit kahtlust olla. Võidab selles suhtes, et saab kõige rohkem hääli.

45. Jah, aga mille alusel te seda arvate?

46. Esiteks praegused küsitlused on seda näidanud, teiseks neil on ikkagi õnnestunud, mis on suht haruldane, peale sihukest majanduskriisi, näidata, et need meetmed mis ellu rakendati ikkagi toimisid ja see Euro, mis oli suur õnne mäng mingi hetk, nad ei teadnud kas üldse õnnestubki. Kui poleks kriteeriumitesse mahtunud, siis oleks see tohutu kärpimine tulnud mitte millegi jaoks sisuliselt ja siis oleks nad väga lõhkise küna ees olnud. Ja neil on see väga hästi õnnestunud tegelikult ja kui see tööpuudus nagu statistilkas näitab, et on hakanud vähenema, siis see näitab et ikkagi on toimunud, need poliitikad töötavad.

47. Kas mingil määral see nende liberaalne maailmavaade on ka selle kaasa aidanud?

48. Kaasa aidanud?

49. Või noh aitaks...kaasa aidanud nende heale positsioonile?

50. Seda küll jah, sest see majandus poliitika koha pealt pole mul nendele midagi ette heita, kuigi ma ei pruugi nõustada nende positsioonidega, siis seal on nad olnud suhteliselt printsipiaalsed, nad on suutnud domineerida kõiki oma koalitsioonipartnereid ja need on sellisel kujul...Noh liberaalne majandus on Eestis on olnud ja on selle majanduskasvu toonud. Tagajärjeks on võib-olla suurem kihistumine aga noh see on juba mingi muu küsimus, mis nende jaoks mingiks keskseks probleemiks ei ole olnud. Aga seal on nad printsipiaalselt käitunud, et siin on nad väga ideoloogilised olnud ja võibolla on see selle edu toonud. Et seal on seda selgroogu näidatud rohkem. Kui seda on niimoodi läbi suudetud suruda järjest, siis on väga selge arusaam, et seda ikkagi väärtustatakse selgelt ja noh see on mingisugune maailmavaade, millest lahti ei öelda, milles kompromisse ei tehta. Ja see töötab, nende jaoks see vähemalt sellisel kujul töötab. Aha nüüd ma peaks lahkuma.

51. Aitäh teile.

52. Palun.

Lisa 2.2. Intervjuu Agu Uudeleppa

Intervjueeritav: Agu Uudlepp

Töökoht ning eriala: Meta Advisory Group (avalike suhete ettevõtte); propaganda- ning kommunikatsiooniuurija

- 1. Et kuidas te kirjeldaksite siis ideoloogiatest lähtuvalt Eesti hetkelist poliitilist maastiku, et milline on erakondade üldine selline ideoloogiline jaguvus kui võtta nende kuue erakonna näitel, mis praegu riigikogus on?**
2. Kõigepealt väike remark minu poolt siia vahele – Rohelised ei ole erakond, räägitagu mistahes, klassikalises mõttes pole nad olnud ja nad praegu annavad oma parima selleks, et näidata et nad ei ole seda (.) Ja Rahvaliidu puhul puhtalt struktuuriliselt on erakond olnud, praegu neil puudub maailmavaade täielikult, nad ei tea ise ka, mis nad teevad, pärast seda kui sealt on pikaajaline esimees ametlikult kõrvale tõmmanud, vaheesimehed kõik ära läinud, kes sotsiks, kes keskerakondlaseks, kes niisama minema, nii et neil ideoloogiat ei ole kui ka headel aegadel neil ei olnud, et see oli Rahvaliidu üks põhiprobleeme kui ajad raskemaks läksid, et ideoloogiat neil ei olnud, see oli selline mõne mehe erakond.
- 3. Millal see Rahvaliidu ideoloogia kadumine oli?**
4. Rahvaliidu või?
5. **Jah.**
6. Neil pole algusest peale olnudki, selle erakonna programm sündis rohkem niimoodi et mõni mees mõtles, et kirjutame natuke majandust sisse, mõni proua mõtles, et peame sotsiaalhooldust ka sisse panema, siis mõni mees arvas, et paneme keskkonna hoidu ka natuke sisse, et siis vaatadi, mis partei me oleme kui me midagi hariduse kohta ei kirjuta ja nii edasi. Ehk seal oli selliseid paljude inimeste nägemusi, aga ja oli deklareeritud, et Rahvaliit on, peast täpselt ei mäleta, konservatiivne blablablaa, aga sellist ideoloogilist sisu või telge, sellel erakonnal kunagi ei olnud ja selle loomist ei pidanud selle erakonna heaaja juhtkond ka vajalikuks. Nii et järele jääb sisuliselt neli erakonda, mille puhul võiks mingist maailmavaatest rääkida ning seal Reformierakond,

Isamaaliit... kui me tõmbaks selle telje parem-vasak, siis Reform ja Isamaaliit on sisuliselt ühes augus, et mitte mingit vahet ei ole ja sotsid ja Keskerakond jäävad teisele poole ning kaa oma vormidelt ja platvormidelt ja väljaõeldud seisukohtadelt on nad selles majanduslikult parem-vasak skaalas väga lähestikku, nii et selline oleks see praegune jagunemine ja no siis on igasugu pisikesi pudinaid, millel ka ei ole kunagi mingit ideoloogiat olnud, vaid need väikesed erakonnad, mis pole kunagi valimiskünnist ületanud, on rohkem selline ühe juhi ümber koondunud sõpruskond, mis siis piltlikult öeldes nüüd teevad kusagil saunas koos arutavad ja kiidavad üksteisele takka, et kui meie saame asjadest õigesti aru, siis teised saavad asjadest valesti aru, aga kahjuks valijad lähevad ka sinna teiste hulka siis mingit ideoloogiat järjekordselt mitte.

7. **Antud juhul ongi analüüsi keskmes ikkagi need kuus erakonda, et teistel millel nagu polekski, mille kohta analüüsi teha, et millised kui võtta nüüd üksikult lahti, et milliseid vaatelisi väärtusi ja ideoloogilisi erakondi ükshaaval teineteisest eristab, Keskerakond ja sotsid ja reform rohelistest ja Rahvaliidust me juba rääkisime ja Isamaa ja Res Publica Liit?**
8. Mm, neid eristamise kohti peab otsima kusagilt mujalt, kui me nüüd räägime nendest paaridest. Minu jaoks on kolm paari, et üks paar, mis ei ole erakonnad, üks paar, mis on tsentrist vasakul ja üks paar, mis on tsentrist paremal, siis need eristumise kohad, ei tulene, mitte niivõrd ideoloogilistest printsiipidest kui vaid tulenevad sellest, et neil on ideoloogiad, et kuidas me neid ideoloogiaid ellu viime, mis on meie jaoks see heakskiidetav võttestik ja kuidas me üldse suhtume riigi valitsemisse, et kuidas see meie meelest peaks käima ja kuivõrd palju on erakonna sees näiteks sisedemokraatiat, arutelu (.) et need vahed tulevad rohkem sellisel instrumentaalsel tasandil, nende kahe ideoloogiat omandava paari sees, sest kui võtta ja vaadata erakondade suhtumisi, siis maksunduses mõlemad- sotsid ja keskerakond ütlevad, et astmeline tulumaks on hea mõte ja IRL ja Reform mõlemad ütlevad, et ei ole, kui me räägime maksupoliitikast. Vanemahüvitis- sotsiaalpoliitilinemeede, Keskerakond ja sotsid leiavad, et tuleks seada ülempiir, IRL ja Reformierakond, IRL, mitte niivõrd radikaalselt, Reformierakond täiesti radikaalselt, et mittemingit ülempiiri surkima ei hakka, ehk sellistes suurtes valikutes, see praegune Riigikogu opositsioon ja Riigikogu koalitsioon, nad paarisiseselt ei eristu (.) tegelikult.
9. **Et, noh ongi, et põhimõtteliselt suured erinevused, mida saaks nagu parem-vasakskaalale panna, ongi siis pigem majanduslikud ja sotsiaalküsimused?**

10. Eee, jah, et minu arust on need ka põhilised teemad, mille üle ka ju poliitiline debatt käib, jätame sellise rahvussuheteemalise demagoogia kõrvale, kui me selle kõrvale jätame ja jätame kõrvale ka selle ühe müüdi, mille pealt valimistel iga kaheksa aasta tagant keegi jälle suure hurraaga tuleb, et kõik ametnikud ja poliitikud on pätis ja kaabakad, mina pole ametnik ja poliitik, mina pole pätt ja kaabakas, järelikult valige mind parlamenti, et kui need kaks puhast populistliku demagoogilist lähenemist kõrvale jätta, siis valimistulemus otsustatakse majanduse ja sotsiaalteemade põhjal.
- 11. Kas te mõtlesite selle kahe populistliku, et kas ma saan õigesti aru rahvusteemadesse suhtumine ja teine on siis korruptsiooni vastane võitlus vä?**
12. No see ei ole mingi korruptsioonivastane võitlus
- 13. Et selles suhtes, et seda meedias käsitletakse, et noh selles mõttes.**
14. Isegi mitte seda, et käsitletakse meedias, heal lapsel mitu nime, et kas poliitikutering kaitseb, korrumpeerunud ametnikud, mingisugune stagneerumine riigis kõrgemal võimutasandil ja muu selline, et neid propagandistlike silte annab sinna külge kleepida küll ja veel, aga see põhiline alusmüüt seal all ongi see „kes on võimul, on pätt- mina ei ole võimul, järelikult mina ei ole pätt“ .Järelikult valige mind võimule, sest ega mina pätiks ei lähe ja Res Publica proovis seda 2003 ja inimesed arvasid juba 2004 aasta Europarlamendi valimistel, et kuulge te olete ju ka pätid ja Res Publica ei ületanud ju valimiskünnist, et võite Vabariigi valimiskomisjoni lehekülje pealt järele vaadata, et minut protsenti hääli nad said ja nüüd seda erakonda enam ei ole. Ja teine demagoogiline pool ongi siis, see et kuna on teada, et Eesti rahvas alateadvuses kannab Moskvat, et Teie põlvkond natuke vähem, et Teil pole olnud tarvis Lasnamäe venelastega kakelda 80. aastate lõpus nagu minu põlvkond pidi valmis olema selleks, et õhtul kui lähed korvpalli mängima, siis pead valmis olema selleks, et mingi venelaste kamp tuleb ja jookse või kakle, et valikut sul ei ole. Minu vanemate põlvkond mäletab seda, mis asi on Siber nii, et see rahvuslik hirm on alateadvuses sees, poliitikas oli vaikiv kokkulepe, et seda ei kasutata, sellepärast, et siin on 300 000 inimest, kellel seda hirmu ei ole, kellel puuduvat. 2007 see tabu murti valimistel ja praegu on juba ilmselgelt näha, et ka nendel valimistel see saab üheks selliseks ütleme emotsionaalseks teemaks. Aga jätame need emotsionaalsed asjad kõrvale, ratsionaalsed teemad, mis määravad kohtadejaotuse on nimelt majandus ja sotsiaal.
- 15. mhm, aga kohati, kas on toimunud ka (.) okei, majandus, majanduses on see eristumine võrdlemisi kerge, sotsiaal, noh parem-vasakskaalale. Aga kas sotsiaalküsimustes võib öelda, et on toimunud mingit muutumist, et on nagu**

liigutud tsentrisse rohkem või mingit muud liikumist?

16. See liikumine on rohkem retooriline jälle ja see on rohkem vaadates praegu parlamendi opositsiooni poolelt. Eelmistel valimistel ju erakonnad korraldasid oksjoni, et kes pakub rohkem palka, helgemat tulevikku ja muid selliseid asju, neid lubadusi võib ju vaadata, et 25 000.- keskmist palka, Euroopa kõige rikkama riigi hulka, kõik see ilu, et me juba peaaegu olime ratsa rikkaks saamas, et lausa raketiga lausa, aga vahepeal läksid asjad natukene nässu ja nüüd on see majanduseretoorika suunatud töökohtade, hädasolijate abistamisele ja muule sellisele, et selline nihe on toimunud, aga üldine põhimõte, kus ühel pool on rikastelt ära, anname vaestele ja teisel pool on see, et tegelikult me saame kõik rikkaks, et see ei ole muutunud.

17. Aga noh, see et see suunitlus on muutunud vastavalt sellele majanduslikule surutisele hetkel veidikene?

18. Et jah, et see erakonnad oma poliitilises retoorikas paratamatult peavad arvestama sellega, mis on see ühiskondlik kontekst ja sõnumiruum, sellepärast, et kui sa lähed oma sõnumiga väga välja sellest, mis inimeste jaoks on tegelik elu, siis mõtlevad inimesed, et sa oled mingi loll, kes elab pilvede järgi ja ei saa absoluutselt aru, mis see tegeliku mure ja probleem on. Sind lihtsalt ei kuulata ja ei võeta tõsiselt. Sest kui võtta ja vaadata seda kuidas erakondadesse suhtutakse, siis Keskerakond võib ülitada, rääkida välispoliitikast, mis nad tahavad, mitte keegi ei usu, et Keskerakond teab, misasi on tänapäevane läänelik välispoliitika ja ütlevad, et jajajajajajaa, et koostööleping Ühtse Venemaaga ja kõik muu selline Kremli hääletoru olek, sama lugu on kui sotsid hakkavad väga palju majandusest rääkima- jajajajaa ametiühingud, teie muidugi teate, mis majandus on. Et see ühiskondliku arvamuse stereotüüp on Eestis suurepäraselt sissetöötatud, et majandusest midagi teab ainult Reformierakond, natuke Isamaaliit ka ja teised on kõik täiesti tumbad sel teemal... ja üks väike soovitus, et kui teil mittemidagi muud teha ei ole oma vaba ajaga: võtke ette Reformierakonna juhatuse nimekirja, guugeldage neid ja vaadake mitmel neist on tegelikult majanduslane haridus, et see on selline küsimus, mis neile väga palju ei meeldi.

19. Et Ansip on nagu keemik? Selles mõttes?

20. Ansip on keemik, tema bürooülem on haldusjuht, see fraktsioonijuht Tallinna volikogus on ka haldusjuhtimise alase haridusega ja nii edasi ja nii edasi ja nii edasi, et me mäletame veel seda aega, kui Reformierakond, see oli Siim Kallas, Valve Kirsipuu, akadeemik Uno Mereste ja nii edasi, Lipstok- kõik rahandusvaldkonna inimesed, majandusvaldkonna inimesed, aga neid ei ole ju seal enam, aga me lihtsalt teame, et

Reformierakond teab majandusest.

21. Kas seda võib nimetada selliseks mütoloogiaks...?

22. Jah see on (.) ma nimetaksin seda lihtsalt ühiskondliku teadvuse inertsiks. Kui me oleme harjunud midagi teadma, siis me teame ja kui keegi väidab, et see nii ei ole, siis me tõesti ei taha teda alguses uskuda, sest kellele ikka meeldib kui talle öeldakse, et tal õigus ei ole või kuidas teie tutvusringkonnaga on? Mul ei ole nii, et saan kellegagi kokku ja ütlen, et tead kui hea päev täna oli, et mulle tehti selgeks, et mul ei ole õigus, et see ei ole nii (.)

23. Me nüüd rääkisime (.) mõtlesingi, et kui palju üldsegi käib nende erakondade poliitiline tegevus kokku nende endi välja reklaamitud ideoloogiliste vaadetega? Et Reform ütleb et ta on liberaalne, samas pensionite tõstmiste eest väga jõudsalt seisab?

24. Võtame ühiskondliku telje, liberaalne-konservatiivne ja paneme selle kogumi null punkti, siis Reformierakond oma viimase viie-kuue aasta tegevuses, sellest ajast peale kui Siim Kallas ei ole enam erakonna esimees, kui need vanad majandusinimesed ei olnud enam Riigikogus, läksid pensionile, jäid vanaks sõna otseses mõttes, siis Reformierakond on tulnud järjest sealt liberaalse konservatiivse poole ja praegu on ta juba null punktis konservatiivse pool oma tegevusega, sest liberalismiks ei piisa sellest kui deklareerida, et me alandame üksikisiku tulumaksu määra, mida ei ole tükk aega tehtud, siamaani ei ole muuseas seda alandatud siin nagu nad lubasid seda oma 2003 aasta valimiskampaanias, mis pidi olema tehtud aastaks 2007, praegu on aasta 2011, ikka veel ei ole. Selle asemel... see arutelu oli neil kümmekond aastat tagasi, kus vaadati, et jah oleme selline edukate pankurite partei, aga tee mis sa tahad 15-17protsenti hääli, aga rohkem kuskilt ei tule, sest neid rikkaid ja pankureid nii väga ei ole ja siis võeti ja tehti see nihe, et aga lähme siis laiatarbeparteiks ja aastal 2003 seisis nad usinalt pensionäride eest, aastal 2007 tehti väga tugev pensionäride hõlmamise kampaania, viimane nädal enne valimisi sisuliselt tambiti sõnumit pensionäridele ja võeti väga jõuliselt Keskerakonnalt pensionäre üle ja siamaani pole neid tagasi saadud, kuigi üritab, aga väga ei õnnestu. Ja kõikvõimalikud sellised asjad: vanemahüvitis- mis pagana liberaalsus see on. See sama majanduslangus, ümberringi igalt poolt kärbitakse, tõmmatakse koolitoitu, mis iganes kulutusi kokku, asi mida ei puudutata on pensinärid, sest neid on ju 360 000 ja nad käivad väga korralikult valimas ja see on selline väga konservatiivne-sotsiaalne erakond. Kui võtta ja vaadata seda, mis on nende sellised liberaalsed väärtused. Ühiskonna suurem avatus, näiteks

kodakondsusnõuete lihtsustamine, see on ei. Et võtta ja soodustada inimeste ligipääsu Eestisse, kes tahab siia näiteks tööle tulla- kindel ei. Skaalal 1-10, kümme. Eesti Reformierakonna, liberaalse erakonna juht on Eesti on suuremas osas nagu taanlased. Kus uuriti seda, kui ligipääsetav ja atraktiivne on uuritava riigi tööturg, uuriti 61 riiki Euroopas ja üldse siin lähikonnas, et kui lihtne on inimesel kusagil tööle pääseda. Reformierakond on võimul olnud 99. aastast peale, et asi peaks olema üleliberlaane. Mis te arvate, mitmes Eesti on 61 riigi hulgas?

25. Kuskil taga lõpus?

26. 59.

27. Oi, see on küll väga taga. Aga kas ma tohin küsida, kus see uuring kätte oleks võimalik saada?

28. Küsige arengufondist, nende viimasel foorumil esines üks taanlane, kes oli seotud selle uuringuga. Mul endal selle uuringuslaide ei ole, mul onlihtsalt väljakirjutused

29. Mhm.

30. Et seal oli täpselt see, et Eesti on küll atraktiivne, et inimesed tahaksid siia tulla , aga nad ei pääse siia, sellepärast, et on väga kitsad tingimused

31. Aga kas see kohati vastuollu ei lähe sellega, et peaksime siia tooma välisinvesteeringuid ja kõike sellist?

32. Ta võib tuua investeeringuid, aga ta ei too tööjõudu ja ajusid. Üks asi on tõepoolest see, kui välismaalane tahaks siia tööle tulla, siis ta küsib kolm lihtsat küsimust: esiteks, mis ilm teil on? Noh, see ei sõltu meist, on tema nagu on, aga Hispaanias ja Kreekas on natukene parem. Teine küsimus: Mis mul on oma vaba ajaga peale hakata? Ja see on väga kuri küsimus, sest mis ikka on välismaalasel siin oma vaba ajaga peale hakata, et kus see kultuurielu ja ööelu on? Praegu on juba kaks nädalat Tallinn olnud kultuuripealinn, kas Teil on kusagilt silma hakanud seda kultuuripealinna? Öisel, vastu 1. jaanuari oli mingisugune üritus Estonia juures ja mina kõnnin päevad läbi Tallinnas ringi ja otsin kultuuripealinna taga, aga ei ole. Ja kolmas küsimus, mida küsitakse on see, et kas ma saan panna sinna oma lapse lasteaeda või kooli? Kas on võimalik, et kui ta oma emakeeles ei saa, et kas ta saab siis inglise keelse. Ja sellepeale siis öeldakse, et teate meil pole eestlastel eesti keelseidki lasteaiakohtasid, et mis te nüüd tahate prantsuse keelset, et lolliks olete läinud? Ja sellepeale ütleb see inimene, kes peaaegu kaalus, et ta võiks siia tulla midagi tegema , et kuulge minge te ka perse ja kogu lugu, ehk sellist ühiskonna avatust Eestis ei ole ja seda ei ole ka mitte üks koalitsioon juurde loonud ja koalitsiooni juhtivjõud aastast 2002, ehk tubli kaheksa aastat, saab varsti

juba üheksa aastat, on olnud liberaalne Reformierakond, mis ei ole liberaalne.

33. Kui ma ei eksi siis reformil oli programmi isegi sisse kirjutatud, et nad pooldavad seda ajude sissetulekut, aga mitte otseselt...

34. Jah, aga see pooldamine ongi sõnades ja retooriline, sellepärast, et mina küsiks siis niimoodi, et aga miad te olete teinud selliste tingimuste loomiseks? Ja pärast seda tuleb ainult soe aus ja õhu liikumine

35. Et siis üks telg mis võiks olla parem-vasakpoolsest eraldi on ühiskondlik-liberaalne, kus on pigem sellise ühiskonna poole kaldunud ja teine on siis selline rahvusluse telg ja avatuse, kus nad mitte ei ole avatud

36. Noh see avatus ongi siin selle liberaalsuse-konservatiivsuse peal, et kuivõrd palju me hoiame kinni sellest, mis on ja igaksjuhuks ei muuda ja kuivõrd palju me siis oleme selle avatuse poolt. Sellepärast, et kui me vaatame neid uhkeid reforme, mis on tehtud, perekonnaseadus ja mis on sellised viimase koalitsiooni uhked ja suured asjad, mis nad on teinud. Need on ju kõik olnud sellise suurema suletuse poole. Kasvõi see, kui räägiti allikakaitseadusest, loob pressivabadust. Uusi piiranguid on seal rohkem kui uusi võimalusi. Ehk Reformierakond kui oli kümme aastat tagasi selliste reformide poolt, mis suurendasid avatust igatepidi, nad olid ka selles koalitsioonis, mis andis halli passi omanikele valimisõiguse kohalikel valimistel, siis nende viimase viie-kuue aasta tegevus ei ole loonud avatust ega liberaalseid väärtusi

37. Et aga võrreldes eelmiste valimistega on erakondade positsioonid ka natukene muutunud? Eelmised valimised olid natuke erinevad või olid suhteliselt sarnased

38. Ideoloogiliselt olid erakonnad paigutatud sarnaselt, lihtsalt IRL kaotas rahvuslaste segmendi Reformierakonnale ja Keskerakond kaotas suure osa eakate segmendist ja nüüd mõlemad üritavad tagasi saada ja kumbki pole saanud. Ja sotsidel on olnud viimased neli aastat selline katsetamise ja eneseotsimise aeg. Olid sellised vasakharitlastele suunatud erakond, siis paistis, et neid vasakharitlasi väga palju ei ole, mõeldi, et hakkame klassikalisteks sotsideks, kes tahavad saada töölisklassi häáli. Pandi vastav jõuline esimees ka ja siis tuli välja, et see esimees liigitus sotside põlisvalija, vasakharitlase meelest liiga miilitsaks. Võeti maha ja nüüd ollakse ringiga tagasi selle segmendi vasakharitlaste juures. See uus algus, mis neil seal plakatipeal on, on vana asja uuesti alustamine

39. Ma mõtlen (.) nii majandusest me tükk aega rääkisime, et natuke poliitmaastiku muutumises pigem ühiskonnaprobleemidele suunitletumaks muutunud on nagu see masu ikkagi tinginud. Aga kui oluliseks te üldse peate, et valimisreklaam,

programm ja igasugused ideoloogilised vaated on esindatud, et noh valimisreklaamis esinduks erakonna ideoloogiline profiil.

40. Ma tõmbaks joone vahele, et üks asi on see, mis on väljas plakatil enne aktiivse valimiskampaania algust, seal peal on jumala ükskõik mis kirjutatakse, selle inimesed unustavad väga edukalt ära nende neljakümne päevaga, mis on vahet, jätame noh tegelikult, mis oli 40 päeva tagasi Eesti uudis

41. Oi jumal, ei mäleta enam selle ajaperioodi peale

42. Mida meile reklaamiti?

43. Valimisreklaam küll ei olnud, aga ma ei tea

44. 40 päeva on see piir, mis enne valimisi tuleb plakatid maha võtta, ehk kogu selle tapeedi mõte on see, et inimesed mäletavad, et erakondade valimisreklaamid olid väljas ja kui mõni erakond ei pane, siis ta lihtsalt eristub sellega, et need on nüüd need vaesed ja õnnetud, kellel ei ole mitte midagi öelda ja kellel ei ole raha, et midagi öelda. Ja meile ei meeldi valida vaeseid ja viletsaid, kui nad ei saa iseendagagi hakkama, ega nad siis meie elu ka paremaks ei tee. Mistõttu, et kui praegu käib siin mingi arutelu, et need loosungid ja plakatid on sisutud, siis mina ujun vastuvoolu ja ütlen, et seal ei peagi sisu olema, et praegu lihtsalt käib positsioonisõda, kus näidatakse oma olemasolu, et see on kisa ja kära enne lahingut, kus üritatakse vastastele hirmu naha vahele ajada, aga sisu tuleb hiljem kui aktiivne valimiskampaania periood peale hakkab ja siin ootaks tõesti juba seda et reklaamides öeldakse välja, mis on need põhi postulaadid. Praegu oma põhisõnumitega on välja tulnud IRL, öelge mulle need kolm

45. Emapension, siis oli kodusoojus-kodukulud kontrolli alla ja kolmas oli korruptsioonivõitlus

46. Kolmest kaks on päris hea, kolmas on tasuta kõrgharidus.

47. Jah, jah, oli küll. Õige, kusjuures ma täna isegi kõndisin mööda ja vaatasin. Et ma olen neid vist liiga palju vist vaadanud juba.

48. Jah ja kui inimene, kes on neid päris palju vaadanud (2)

49. Need on väga sarnased reformiga, need noh, jah need on väga sarnased, et küsingi kohe, et mis te arvate sellest, et need on sarnased?

50. No kui erakondadel vahet pole, siis miks neil loosungitel peaks olema? See on natuke ka selline valitsuserakonnana valimistele minemise asi, et sa pead kuidagi sisse tooma selle, et me oleme jube head olnud ja et see õnn jätkub, samal ajal kui opositsioon üritab näidata, et see kõik onilge jama olnud ja et kui nüüd nemad võimule tulevad, siis alles see hea tuleb. Nii et see on mingisugune teatud kampaanialeer, et nii

tehakse, eks ta natukene totter ole. Kahel võimuerakonnal on kolmetähelised loosungid, kus kaks sõna algavad sama tüvega

51. Kas valija peaks aru saama, mis ideoloogiline ja vaateline sisu peitub erakondade programmi või reklaami taga, et noh programmist võiks iseenesest seda ju rohkem välja lugeda. Kas see oleks õige, et valija jagab ka mis maailmavaadet ta valib, kui ta valib?

52. See oleks ju tore, aga Eestis puudub igasugune arusaam, mis seos on valimisotsusel ja järgneval neljal aastal toimuval. Sellepärast, et vaadake Reformierakond, vaadake järgmistel, erakonna toetus turudetsiilide lõikes valivad need, kellele Reformierakonna poliitika absoluutselt ei ole kasulik ja kellele Keskerakonna või sotside poliitika näiteks oleks kasulik. Madalama sissetulekuga, paljulapselised, kellel madalam sissetulek ja nii edasi. Neile oleks tegelikult kasulikum vasakpoolne valitsus. Vasakpoolset valitsust pole Eestis kordagi olnud ja lähiajal ega ei paista kusagilt tulevat kaa. Eestis valitakse muudel kui ideoloogilistel põhjustel. Jah mulle meeldiks ka, kui meie valimised oleks samasugused nagu Ameerikas, Suurbritannias, Prantsusmaal, Saksamaal, kus inimesed võtavad ja vaatavad, et mina olen siin, see on piltlikult öeldes minu klassikuuluvus, minu sissetulek, minu tegevusvaldkond on selline, minui perekonnaseis on selline ja võtab selle vaateplatvormi ette ja otsustab millise erakonna vaated kui need elluviia mõjutaksid kitsas plaanis kõige rohkem positiivselt ja laias plaanis teise tasandil suunaksid riigi üldist tasandit sinnapoole, mis sellele inimesele meeldib. Eestis see oskus vaadata, et milline poliitiline jõud ajab seda poliitikat, mis on mulle kasulik, on ääretult madal, mille näide on see, et sotsid 2007 10 mandaati, 2003 6 mandaati. Teoreetiliselt peaks sellise elatusasemega riigis nagu seda on Eestis sotsidel stabiilselt olema 20-25 kohta parlamendis. No neil on üks kord olnud 17, see oli 99. aasta valimistel kui nad veel mõõdukad olid

53. Aga kas see tuleneb inimeste niiöelda oskamatuses üldse vahet teha või sellest, et erakonnad ei proovi ennast kaardistada. Nad küll nimetavad ennast rahvuslik-konservatiivsed ja liberaalsed. Nad võivad ennast nii nimetada aga kas nad sisuliselt rahva jaoks selgitavad seda?

54. Põhimass Eesti rahvast pole kunagi saanud kodanikuõpetust, selle sõna tänapäevases mõttes. Nad võivad küll olla õppinud teaduslikku kommunismi, aga see tänapäevaseks kodanikuks saamine ei ole olnud nii, et peaaegu 20 aastat tagasi riigi kord muutus ja olemegi nüüd demokraatliku riigi kodanikud. Isegi minu põlvkond põhikoolis õppis Nõukogude Liidu konstitutsiooni nii et silm punnis peas lehekülgede kaupa pähe. Ja

see mõjutab paratamatult käitumist ja seda kuidas paljudest asjadest arusaadakse.

55. Kohati siis... kas ma saan õigesti aru, et meie ühiskond ei ole valmis võtma seda asja niimoodi demokraatlikult ideoloogilisest vaatepunktist lahkama?

56. No ta areneb sinna poole, aga see arusaam ei ole veel kõigile kohale jõudnud, sellega ma ei väida seda, et Eesti valijaskond oleks rumal, täpselt samamoodi ei saa nimetada inimest, kes on õppinud füüsikat nimetada rumalaks sellepärast, et ta ei ole õppinud keemiat. Vaid et see valijakäitumine tuleb kogemuste, traditsioonide ja oskustega, me oleme kõik esimest põlve valijad demokraatlikus riigis. Et seda, et Rootsis valitakse põlvkondade kaupa sotse, seda Eestis ju ei ole.

57. Kui palju on siia maani olnud valimisprogrammid vastavuses nende ideoloogiliste vaadetega, et kas on pigem toimunud kaugenemine sellest või kunagi öeldut võetakse rohkem arvesse või võetakse nüüd rohkem arvesse? Et oma kampaaniaid ehitatakse üles ikkagi oma maailmavaate põhiselt?

58. Ma ei ole sellel aastal veel kõigi nende erakondade valimislubadusi näinud, on keeruline öelda. Oma valiklubadustega on väljas IRL, rahvuslik-konservatiivne erakond oma olemuselt, seda nende lubadused enam vähem olemuselt ka on. Reformierakond, parempoolne, kuid mitte liberaalne. Nii et pigem selles nende esialgselt postuleeritud ideoloogiad eemalduvad, kuid samas nad jätkavad selles võtmes, milles nad on olnud Andrus Ansipi esimeheks oleku ajal.

59. See majandus ja ettevõtlus on hästi tähtis. Aga Keskerakond näiteks?

60. Keskerakond ajab stabiilselt ühte ja sama joont stabiilselt koguaeg, kui te vaatate Ühtse Eesti reklaami Buratiinoga. Keskerakond on vaeste, vanurite, venelaste huvide eest väljas, siis seda nad on olnud juba pikalt

61. Et pigem siis ei lähtu ideoloogilistest vaadetest kuivõrd oma potentsiaalsest valijast lähtuvalt

62. Jah, et nad lähtuvad oma valijaskonnast ja neil on sügavalt ükskõik, mida arvavad need inimesed, kes jäävad väljapoole nende sihtgruppi

63. Jah, et seda me rääkisime, et ilus oleks, kui oleks valik vaateline. Nii, ma räägiks edasi nende valijate järgi jaotamisest. Et kui jaotada valijad kolme gruppi, et on need valijad, keda soovitakse hoida, need valijad, keda soovitakse üle napsata kelleltki ja siis 3 grupp need 40 protsenti, kes ei tea üldse, mida nad tahavad. Et kui selle järgi võtta, et kuidas võiks kujuneda või on kujunenud nende valimiste taustal nende erakondade tegevus? Te ütlesite, et Keskerakond tahab oma vana hoida ja et uut mitte.

64. Neil ei ole kusagilt juurde võtta, sellepärast, et kui vaadata erakondade toetusuuringuid, siis Keskerakond pole sisuliselt kellegi teine valik. Mis tähendab seda, et kelleltki teiselt üle võtta on neil küllaltki keeruline, välja arva uus pealekasvav noor venelane, neil mingist muust segmendist ei ole. Et nemad üritavad kindlustada oma valijate moraali ja kui siis võtta mingi 1-2 protsenti juurde.

65. Kellelt?

66. Pealekasvavast valijaskonnast

67. Ehk siis neilt, kes ei tea?

68. Neilt jah, kes ei ole varem valinud. Eelmistel valimistel oli 17.-aastane, ei saanud valida, nüüd on 21 ja saab, Eesti Vabariigi kodanik. Nii et nemad üritavad võtta sealt. Ja Reformierakond tegi põhilise IRL ja Keski häälte äravõtmise 2007, nüüd on neil vaja neid hoida ja lisaks sellele juurde võtta soost, ehk neilt, kes ei suuda otsustada või kes ei ole valimas käinud ja suuresti selle retoorikaga, et meie hoiame ära Keskerakonna võimule saamise.

69. Et kui ei hääleta poolt, hääletage vastuvoolu?

70. Just, IRL on hädas, sest nad ei saa ise ka aru, kes see nende valija on. Isamaaliidul oli kunagi oma kindel valija, see oli see kampsunite retoorika, ühe käeline vabadusvõitleja ja nii edasi. Need on ka väga pettunud pärast Res Publicaga ühinemist. Tean ise ühte inimest, kes on veendunud kaitseliitlane, olnud Isamaa liige pikalt, oli ise Res Publica valija ja pärast seda, kui Isamaa ja Res Publica ühinesid, 2 aastat pidas vastu ja siis ütles, et tema selle bandega asju ajada enam ei suuda. Neid inimesi on rohkemgi, et IRL on raskusi defineerimisega, kes on nende valija. Nad ei saa päris täpselt aru, keda nad peaksid hoidma, keda nad peaksid juurde võtma ja kõik sellised mõnusamad kohad, kus nad saaksid toimetada, on ees suurema emotsionaalse usutavusega Reformierakond ja sotsid. Sotsid üritavad tagasi võita seda oma haritlasest valijat, laiendada oma toetuspinda lastega perede hulgas, nad tahtsid ka võtta protestimeelset valijat, kes võiks valida praeguse võimu vastu, aga paistab, et Rohelised oma Sherwoodi metsade lindpriidega võtavad pigem selle segmendi ära, et nemad on selle uue valija peal väljas. Ütleme, et Eestis on alati mingi häälteprotsent, kes tahab olla praeguse võimu vastu. Nad on valinud Res Publicat, Indrek Tarandit, kunagi 95 Reforimerakonda. Ja nüüd Rohelised üritavad seda segmenti endale võtta ja vaadata kui suureks eufooria läheb, et paneme Ansipile molli.

71. Neil on praegu ka need valimis noh reklaamide, lubaduste juures Keskerakonna stiilis selline aitab küll vanast asjast, et läheb vastandumise peale

72. Jah, ikka. Nad on ikkagi opositsioonis, kuigi nad on koalitsiooni toetanud
- 73. Aga IRL-l, mulle on jäänud natuke mulje, et see lastega pere on nende hool.**
74. Aga selles on sotsid ja Keskerakond neist ees, nad üritavad, aga see turupostisoon on hõivatud, kui majanduskriisist rääkida
- 75. Et siis seda nad üritavad üle võtta. Aga kui, et reform ja Keskerakond üritavad sellest hallist massist üritada endale rebida, et kas keegi teine võiks ka sellele tähelepanu pöörata?**
76. Aga vaikselt tahavad ju. Selle halli massi sees ongi need, kes teavad, et nad on võimu vastu. Aga nad ootavad kuni ühiskondlikmeelsus neile ütleb, et kes on see Püha Jüri, kes läheb draakonit võitma. Ja Rohelised üritavad seekord olla see Püha Jüri.
- 77. Aga eelmiste valimistega võrreldes, kuhu võiks olla Rohelised nihkunud kui jälle võtta ideoloogilisest mastaabist, et kui nad alguses tulid selle keskkonna teemaga. Et kas see on säilinud?**
78. Kas teie saba häirib teid praegu istumisel rohkem kui eile või vähem?
- 79. Ma ei saa hästi aru.**
80. Teie küsimus Roheliste ideoloogiate kohta oli sama mõistetav
- 81. Jah õigus, Rohelistel ei ole ideoloogiat.**
82. Ma ei oska seda muutumist analüüsida, neil ei ole seda mitte kunagi olnud ja neil ei ole seda ka praegu ja mida rohkem nad räägivad sellest kuidas neil tulevad 10,15,20 oma peaga mõtlevat inimest kandideerima, siis seal ei ole ju mingit ühendavat ideoloogiat. Artur Talvik lapsesuu ütles ausalt välja, et neid ühendab protest, aga protest ei ole ju ideoloogia sellepärast, et ideoloogia ehitab midagi. Ta tahab saavutada mingit ühiskondliku muutust, aga protest on ainult see esimene samm, mis lammutab olemasoleva ja siis kui on edukalt lammutatud, siis on nagu üks Kivirähku Rehepapi tegelastest, kes pärast seda kui armulaualeivaga kiriku ukse vastu tulistanud võttis ja peksis oma peremehe läbi, sõi seepi, mis tal varem oli kõhu valutama pannud, vägistas ära oma lemmiknaise, kes teda seni oli põlanud, pärast seda istus trepi peale maha ja ideed olid otsas. Rohelised on minu jaoks täpselt see sulane Kivirähku raamatust, nad ütlevad ilusasti ära, kellele molli, misasi katki, aga mis siis edasi saab? Mina valijana tahaksin edasi teada, et mida positiivset te edasi teete peale lõhkumise, lõhkumine ei ole ideoloogia.
- 83. Ma selles mõtles mõtlesin, seda ideoloogia mõtet, et alguses nad tulid rohkem sellise keskkonna asjana välja...**
84. Ideoloogia katab kõiki olulisi ühiskonna elu valdkondasid. Kui me räägime rohelisest

ideoloogiast, mis tegelikult on olemas, siis süsteemse mõtlemise puhul, kuidas see mõjutab haridussüsteemi, näiteks. Kuidas moodi see mõjutab sotsiaalsüsteemi ja need ideed ja asjad on kõik olemas, kuidas moodi muuta keskkonnasäästlikumaks jätkusuutlikumaks, kuidas kasvatada maastmadalast haridussüsteemi abiga, see kõik on mujal maailmas olemas. Aga meie Rohelistel, selline süsteemne terviknägemine, mõtlemine puudus, vaid neil oli mingisugune meetmete pakett, kus põhiliselt oli ka see, mille vastu ollakse, mis katki ja mis puruks ja mõned üksikud loosungid, mida võiks teha. Aga kui räägitakse ainult kahest asjast, keskkond ja energeetika, siis noh jah, meil on üks väike osa ühiskonnast kaetud, aga kas te olete edasi mõelnud, mis on selle asja mõjurid, näiteks kui te võtate ajate seda asja, et tuumajaama Eestisse teha ei tohi, põlevkivienergeetikast tuleb loobuda ja siis te ajate niisugust toredat juttu taastuvenergeetikast, mille osatähtsus Eesti energiabilansis on ääretult madal, mis energia sõltumatust ja kindlust ei loo juba puhttehnoloogiliselt. Istuks ja räägiks pikalt energeetikast, aga peab olema mingi tagatud baastase kuidasmoodi kõikumisi ühtlustada ja nii edasi, mida sul ei ole võimalik teha mõndade tuulegeneraatorite ja pilliroopõletamisega. Aga inimestele idee meeldis, Ida- Virumaa enam ei tossa, tuumajaama ei tule, tuulikud käivad vutt-vutt-vutt, lamp põleb laes-ei põle. Minu jaoks on see üks tohutult küüniline ja populistlik punkt, mis neli aastat tagasi tõmbas hulgal roheline mõtteviisiga sügavalt inimestel mütsi sügavalt silmle. Seal parteis on palju inimesi, kes ei tea, et nad seal parteis on. Vaid, kes lihtsalt kirjutasid alla paberile, et toetan mingit ideed ja siis läksid tuima rahuga parteiregistreerimisele sisse ja petta sai ka 6 protsenti valijatest ja paistab, et selle aasta märtsis pisut suurem protsent.

85. Kas võib öelda, et valijale, selles mõttes, et kui nad tulid selle keskkonna asjaga peale, mis peale teised hakkasid ka päris kipelt neid asju omalesse kirjutama, et valijale pakutakse mingisugust ideoloogiat, mille taga on ainult teatud osa sellest ideoloogiast?

86. Jah, et tagamõte, et mõni loosung ja käputäistais meetmeid ja kogu lugu. Katsuge rääkida Marek Stranbergiga haridussüsteemist või pensionist. Eestis võiks tegelikult rahvastikuprotsessidest ju rääkida, vaadates rahvastikupüramiidi, viie aasta pärast läheb ülikooli kaks korda vähem lapsi kui praegu. Roheliste käest selle kohta midagi küsida, siis vastab Lotman tuima rahuga, et see ei ole tähtis probleem ja me ei ole selle peale mõelnud. Halloo...

87. Et, jah, see ongi siukene see koht, kus nagu ma ütlen, et mõttekoht, kas valija on võimeline õiget asja välja lugema. Iseenesest hüpoteetilisest kui neil oleks

terviklik ideoloogia, siis valija arvab, et see ongi see ideoloogia, see ongi see, et on demagoogiline sõnum, aga sisu taga ei ole.

88. See tuleneb natuke kodanikuhariduse puudumisest, sest ega ükski erakond ei paku valijale seda, mida ükski valija temalt otsesõnu ei nõua. Kui korralikult vastu näppe saadakse valija käest, siis loomulikult tehakse ringi ja järgimine kord ollakse targem. Europarlamendi valimistel tehti nimekirjad jälle avatuks Indrek Tarandi 200 000 hääle valguses, oleks ta saanud 20 000 oleks suletud nimekirjad siamaani , aga see kui praegu valija arvab, et ta avaldab protesti üksikkandidaati valides, see on, ahh...

89. Aga ma nüüd küsin ka seda, kes võiks tulla järgmistel valimistel eesrinnas?

90. Reform võidab, arvan, et ta ei võida nii suurelt kui praegu räägitakse, ma arvan Keskerakond tuleb oma skandaalidest hoolimata välja suudab kompenseerida oma valijad, sest tegemist on väga töövõimelise erakonnaga. Sotsid ei ole suutnud ära kasutada esimehe vahetusest tulenevat positiivset impulssi, võtsid lasid kuidagi lõdvaks ennast. Ma ei oska ennustada kuivõrd eufooriasse inimesed lähevad selle Roheliste asja juures. Kui jälle tekib mingi hurraa optimism, siis ei saa välistada, et Rohelised võtavad mingi paarkümmend kohta ja siis hakkab nalja saama Riigikogus. Eestlastel on see kogemus olemas, kuningriiklaste fraktsioon esimeses iseseisvuse taastamise järgses Riigikogu koosseisus oli täitsa lugupidamist väärt, suuruse poolest.

91. Uuringutest praegu vist väga ei ennustata Rohelistele...

92. See kisa ja kära alles hakkab. 2003 aastal kuu aega enne valimisi ei paistnud Res Publicale 24 protsenti hääli ja poolteist kuud enne Europarlamendi valimisi istus Indrek Tarand 8–10protsendilise toetusega, nii et see, mis praegu uuringud näitavad, ei näita veel seda, mis valimistel juhtub. Parteidel ei pruugi väga palju liikuda, sest nendel on see oma foon olemas, kuigi ka 2003 tegin ise Rahvaliidu kampaaniat, uuringud näitasid kuu aega enne valimisi 3-4 protsenti, nüüd kampaania lõpuks valimispäeval oli 13. Et see võib päris korralikult muutuda, et Roheliste poolt ei oska mina ennustada. Kui Eesti rahvas on tark, tuleb alla künnise, kui Eesti rahvas otsustab et hüppame nüüd lõkkesse sest ilusasti vilgub tulekene ja väljas on külm ja lumi ja lõkke juures ei ole lund, siis saavad nad 20 kohta.

93. Nii, aga ma arvan, et praegu on kõik. Aitäh!

Lisa 2.3. Intervjuu Aivar Voogiga

Intervjueeritav: Aivar Voog

Töökoht ning eriala; TNS Emori ärisuuna juht-Brändiuuringud/Sotsiaaluuringud; uuringuekspert

- 1. Kuidas te kirjeldaksite ideoloogiast lähtuvalt siis Eesti poliitilist maastiku? Et milline on Eesti erakondade üldine ideoloogiline jagunemine või ja kuidas väljenduvad nende vaatelised ja väärtuselised erinevused?**
2. Et läbi nende tegevuse, valimisprogrammide, läbi nende mingisuguse kommunikatsiooni mida nad teevad. Aga see on ikka teoreetiline asi, et praktikas ta väljendub selles, kes on võimul ja kes on opositsioonis. Võimulolijad ja opositsioonipartnerid.
- 3. Et, praegu ma üritangi selgitada neid erinevusi just praegu riigikogus oleva kuue erakonna vahel ja et just kaardistada neid kas parem või vasakpoolsele jaotusskaalale või siis osade tunnuste alusel nad isegi ei jagune enam sinna...**
4. Et jah, see on nii segane.
- 5. Jah, siin ma üritangi natukene selgust luua.**
6. Kõige eristavam mõõde ongi, kas nad on võimul või nad on koalitsioonis.
- 7. Aga kui näiteks paigutada keskerakonda parem- vasakpoolsele skaalale, et ütleme näiteks majanduslikes küsimustes, et kuhu te paneksite ta?**
8. Jah, kindasti vasakule, kuna nad soovivad riigi suuremat osalust onju majandustegevuses.
- 9. Ja siis vastukaaluks näiteks Reform?**
10. Reform on siis kindlasti paremal jah. Aga noh kui Savisaar oli peaminister siis okei ta erastas Eesti raudtee onju eks , aga võib-olla mõningd asjad on hoopis väga parempoolsed, et toetab oma seal noh seda, seda Keskerakonna toetajaskonda ärimeste näol. Et võib-olla jah väga parempoolne. Aga üldiselt jah ikka vasakpoolne kesk. Reform on äärmine parempoolne.
- 11. Aga näiteks sotsiaaldemokraadid?**

12. Sotsiaaldemokraadid vä? Nad olnud selles parempoolses koalitsioonis jah 2007 kuni 2009, et seal nad ei paistnud kuidagi oma vasakpoolsusega silma. Oletatava vasakpoolsusega.

13. Aga rohelised ja IRL?

14. Eks nad seal kusagil vahepeal ole, et kõige vasakule poole saaks ikka panna jah Keskerakonna ja siis on Sotsid ja siis tuleb .. võib-olla jah Keskerakond ja Rahvaliid oleks seal kõige rohkem vasakul, siis kuskil Rohelised, siis, ja siis paremal pool IRL ja siis Reformierakond, kui kõige liberaalsema ideoloogiaga.

15. Aga kui vaadata (.) Seda nüüd siis kõige majanduslikumast vaatevinklist jah?

16. Jah.

17. Aga kui nüüd vaadata sotsiaalsest vaatevinklist, et siis, kas võiks öleda, et kas on toimunud mingit nihkumist seoses...[katkestati]

18. Oot, kas ma ütlesin, et raudtee riigistati, ütlesin riigistati jah või erastati?

19. Erastati ütlesite vist.

20. Jah, ma ütlesin valesti, riigistati, taasriigistati.

21. Et sotsiaalküsimustes, kas võiks öelda näiteks, et Reform on liberaalne?

22. Sotsiaalküsimustes?

23. Kui võtta sellist klassikalist või filosoofilist mudelit näiteks.

24. Et nad on väikemate riigitoetuste...Et teatud suunas nad on häst võimolla isegi vasakpoolsed, et see mis puudutab selle vanemapalkasid, ema palka onju eks. Et selles osas nad ei ole eriti liberaalsed ju, et nad on ikkagi, et nad toetavad seda suurt riigipoolset toetust onju. Et teatud osas küll jah. Emm, võib-olla nad pole töötute toetamise osas ei ole nii aktiivsed, kui oleks võib-olla keskerakond aga jah noh siit on jälle raske ütelda. Et teatud osas nagu oleks ja teatud osas nagu on nad ikka selle tugeva riigipoolse toetuse toetajad.

25. Aga kas seda võib ka olla mõjutanud praegune majatussurutis või, et nende võib-olla pisut keskele või vasakule liikumis? Näiteks erakondade ümber paigutimist võrdluskaladel?

26. No vastavalt rahalistele võimalustele tegutseme praegu lihtsalt, et kui ei ole raha, siis on otsitud kokkuhoiu võimalusi. Et kellelt on saadud ära võtta, et kasvõi teise samba maksete peatamine, see oli ka sellele tegutsemine. Et vastavalt võimalustele, tuludele tegutsemine. Et suhteliselt pragmaatiline. Et selles mõttes, et on raske paigutada kusagile vasakule või paremale.

27. Et pigem on siis nagu (.) Et kas ma saan õigesti aru, et pigem on põhjus nagu sellistel teatud mitte iseloomuliku käitumisega seos praeguse majandusliku seisuga, et on sunnitud rohkem sekkuma ka need rohkem parempoolsed erakonnad, kes muidu ei sekkuks niivõrd riigi asjadesse.

28. Jah.

29. Et sellega seoses on ka eelmiste valimistega võrreldes ka muutunud erakondade positsioon või ei ole, poliitilisel maastikul?

30. Sotsiaalküsimustes- nad on ikka samal pragmaatilisel seisukogal, et vastavalt rahalistele võimalustele tegutsemine ja enne valimiste suurte tulude (.)Ja mis seal lubatakse, et see on ju ühtlane kõigi poolt, et lubatakse teatud hüvesid onju, et IRL parempoolne erakond lubab tasuta kõrgharidust ja emapensioni, et see pole ju üldse see parempoolsete temaatika onju eks. Et need lubadused, ei vasta üldse tegelikult mingile baasideoloogiale tegelikult, et see on pigem nagu mingisugusest päevakohasest situatsioonist tingitud. Mingitele pragmaatilistele kaalutlustele vastavad, vastaval inimeste soovidele või vajadustele või mida inimesed antud hetkel tähtsustavad. Et siis turunduspõhine on see kõikidel erakondadel suhteliselt.

31. Aga kas te siis nagu ei pea oluliseks, et valimiste igasugused reklaamid ja programmid peaksid olema või esindama erakondade ideoloogilist profiili?

32. Mingis osas nad esindavad onju eks. See, mis puutub sed maksupoliitikat, et vähemalt see on see koht, kus see baasideoloogia välja paistab, aga muus osas küll mitte jah.

33. Et, see pole ka siis nii eluliselt oluline, et erakonnad suheldes oma valijaga teeksid oma valijale selgeks, et mis maailmavaate eest nad seisavad? Et noh Reform nimetab end sulaselgelt liberaaliks aga samas on seal vähesed asjad, mis tunduvad praegu siinamaani uuringu põhjal, et mis kattuvad liberaalse maailmavaatega. Aga samas nad tihti ütlevad, et nad on liberaalid, et kas valijale see äkki tekitab segadust?

34. Et kuna nende tegevus on turunduspõhine, siis valijal ei ole mingit segadust. Et kui nad väga palju seda ideoloogiat sinna topiksid kommunikatsiooni, siis oleks segane, et siis oleks nagu valijal raske aru saada. Aga kindlasti on erakondade tegevus spetsiifiline, oma liikmetele nad seda ideoloogilist koolitust teevad ju läbi liberalismiakademia ja läbi noh võiks olla ka teistel oma ideoloogia tutvustamise üritused või vormid noh. Et siin peab kindlasti vaatama eraldi sellist kitsamat ringi ja sellist laiemat ringi, et laiem tegevus on ikka suht koht turunduspõhine ja kitsamalt tõesti nad püüavad ka seda ideoloogiat näidata ja ka tutvustada seda.

35. Aga kas on mingisugused, kui jätta välja need majanduse ja sotsiaalküsimused, mis on natukene kergemini ehk eristatavad parem vasakpoolsel skaalal. Aga näiteks, kas on mingisugused eraldiseisvad tunnused, mida ei saagi nagu panna sellisele parem-vasak skaalale vaid pigem näiteks tuleks võtta täiesti eraldiseisvana? Näiteks rahvusluse küsimused.

36. Et mis nende rahvusluse?

37. Et suhtumine muulastesse näiteks erakondadel.

38. No sellega nad eristuvad väga tugevalt jah.

39. Et, kas seda saaks panna parem-vasak skaalale. Et vist ei saa?

40. Aga mis te ise arvate?

41. Jah ma pigem mõtlengi, et see on ehk natuke eraldiseisvam tunnus ehk?

42. Ei noh saab küll. Seda saab vaadata liberaalsus konservatiivsus teljel onju eks. Et selles osas on Keskerakond väga liberaalne ja IRL ja Reform on väga konservatiivsed rahvusküsimustes.

43. Nojah, see jaguneb jälle natuke teistmoodi.

44. No konservatiivne on natuke parempoolne ikkagi aga jah, et liberaalne majanduspoliitika, et seda peetaks nagu parempoolseks. Liberaalsus ise on iseloomulik vasakpoolsetele, peaks olema. Et see on relatiivne. Suhteliselt tinglik positsioon. Et oleneb mis positsioonilt midagi vaadata.

45. Aga, kui palju on siia maani valimisreklaam antud valimiste kui ka varasemate käigus olnud seotud ideoloogiliste vaadetega erakondadel?

46. No ma eelnevalt ütlesin, et see on kõik on turunduspõhine, et vastavalt antud hetkele, mis valijaskonnale on oluline, et sellest ka räägitakse. Et siin on mingit spetsiifilised momendid, et mida üks või teine erakond täpsustab. Aga igal juhul on see turunduspõhine, et lähtutakse valijaskonna, just potentsiaalse valijaskonna huvidest. Et mida nad tahavad kuulda, seda ka räägitakse onju eks.

47. Kas võib selle kohta kasutada mingil määral ka sõna demagoogia?

48. Demagoogia. Kui lähtuda selle sõna vist kõige algsemast tähendusest, kunagisest. Et ta toetub ikka sellisele rahva...et minu arust poliitilises kirjanduses eristatakse ikka seda *sales orientated* ja *marketing orientated* . Igaljuhul ta on ikka selline turunduspõhine, et mina küll ei kasutaks seal sõna demagoogiat. Et ta on ikka puhtal kujul turunduspõhine, nagu kogu meie ühiskond on muutumas turunduspõhiseks. Et kunagi ta oli ikka eliitipõhine, kus eliit püüdis pähesuruda midagi alamatele klassidele.

Aga praegu ikkagi eliit püüab kuulata ja tegutseda vastavalt selle, mida see ülejäänud või suurem mass nagu tahaks.

49. Et siis pakkuda vastavalt nõudlusele?

50. Täpsel jah. Et on nagu turundus ja turupõhine, et on väga majanduslikuks muutunud see ideoloogiad.

51. Aga kui nüüd minna tagasi nende ... Kui palju üldse need kuus erakonda vastavad oma ideoloogilistele vaadete igapool reklaamis ja programmis mida nad läbi viivad valijaga suheldes?

52. No oleneb mis teemal rääkides, et ma ütlen, et kui maksu teemal, siis ideoloogiat kõige paremini välja eksju. Mis puudutab muid küsimusi, et see on Reformil, et nad on ikka suhteliselt jäigal positsioonil ja püüavad ikkagi. Et seal paistab seda nagu suht koht nagu sõltub kontekstist ja sõltub valijate ootustest. Ja mis puudutab rahvusküsimusi ja mis puudutab sotsiaalküsimusi, et siin nad peavad ikkagi arvestama seda valijaskonna üldist meelestatust. Et valijaskond tahab ikkagi et niisugused sotsiaalsed ideed oleksid hästi tugevalt ka esile toodud, et need igasugused toetused ja. Et seega ka see sõnum, et „Võid kindel olla!“, et see on mitte liberalistliku ideoloogia peegeldus vaid, et pigem sellise vasakpoolse ideoloogia peegeldus. Et sa võid nagu kindel olla, et ma toetan sind, et riik toetab sind, mitte et riik ei anna võimalusi, vabu, võrdseid võimalusi tegutsemiseks, vaid, et ta toetab sind nagu.

53. Kohati ka äkki võib-olla pisut konservatiivne seisukoht?

54. Selles mõttes, et nad pole midagi ekstravagantset välja mõelnud jah. Et kui sa esindad seda *mainstreami* või peavoolu, siis sa ei saagi väga ekstravagantne olla. Et teised, kes on seal teisel kolmandal positsioonil, nemad peavad eristuma, et nad peavad otsima uut nišši eksole. Aga mainstream peab esindama ikkagi seda konservatiivsemat poolt. Ta ei saa oll väga modernne. Et kogu ühiskond on selline... et kuidas inimesed jagunevad sellele uuele vastuvõtlikkusele. Et on väike osa selliseid avatuid, et 15-20 % selliseid suht uuele avatuid. Aga enamus on ikka sellised suht konservatiivsed ja üks mass on eriti konservatiivne. Et on peaesinaja ja tema ka selline sõnum peab olema sellele valijaskonnale vastav või nende positsioonile vastav.

55. Kas te mõtlete siis nende konservatiivsemate- selles mõttes konservatiivsemate erakondade all, kes uuemaid eristuvaid asju niivõrd ei tee- neid nelja erakonda, mille kohta ma lugesin EMORi uuringust, et 4 suuremat erakonda võtavad 90% valijate häälest?

56. See ongi hetkeseisul kodanike eelistuste järgi jah.

57. Et te mõtlete siis nende all, kes tahavad tugevamalt eristuda siis Rahvaliitu ja Rohelisi?

58. Rohelisi jah. No ma ei tea millega Rahvaliit võib eristuda. Ta saab ekstravakantsustega, pakub kõigile ma ei tea mida. Selles mõttes...Et millega ta saavutas teatud tähelepanu oli, et Jaan Tootsile peaministri koha pakkumisega. Oleks nad pannud kellegi oma Rahvaliidu seest, see poleks tähelepanu äratanud üldse. Valisid ühe kollase ajakirjanduse tuntud kuju ja siis pakkusid talle. See tekitas kindlasti elevust. Said tähelepanu natuke. Aga see ei ole seda ekstravagantset ideed. Aga Rohelised on küll jah selle oma avatud valijanimekirjadega kindlasti ekstravagantsed. Et püüavad püüda siis sellist osa, kes tahab vastanduda sellele mainstreamile. Seal võib olla hästi palju kõrgharidusega inimesi, kellele ei meeldi see..noh alati kõrg haridusega inimesed või vaimukultuuri inimesed tahavad ju eristuda sellest massist. Et nendele võib see idee meeldida, et neid nad siis püüavad eks. Et Rohelised on kindlasti ekstravagantsed. Et IRL ei ole väga, ta on ikkagi pigem see konservatiivne või ta on ka nihuke mainsteram liin esindaja. On välja noppinud seda mis on valijaskonda, mis nagu kõige rohkem muret teeb- kulude pool onju, et kulud on liiga suured, pakkuda tasuta onju ja siis kindlustada tuleviku. Kui Reform on nihukene hästi abstraktne, siis IRL eristub nende konkreetsete ettepanekutega, et mis võimaldab selliseid tugevaid hüvesid tulevikus inimestele. Et üksikkandidaadid saaksid olla väga modernsed aga praegune valimiskord seda ei soodusta.

59. Aga kas teie arvates on Roheliste ideoloogilistest vaadetest üldse võimalik midagi aru saada või välja lugeda?

60. Ei ole enam. Ma ütlen, nad on võtnud selle eristumise idee, selle ekstravagantsuse. Nad on oma nagu maine nii ära rikkunud nende tülidega, mis neil seal sees on olnud nii et siis neil on ainuke väljapääs midagi ekstravagantset pakkuda ja kaasata sellesse protsessi nagu muid väliseid maine komponente nende üksikkandidaatide näol. Et valida mainekad persoonid ja kasutada neid mainekaid persoone siis oma kuvandi parandamiseks ja saavutada siis pigem see minimaalne 5%.

61. No eelmiste valimiste käigus neil oli see „environmenta...lism“ . Issand, mul keel läheb sõlme. Noh keskkonna pooldamine. Et eelmiste valimiste ajal oli see tugevalt sees ja nad ikka seisid selle eest. Aga praegu on see...[segati vahele]

62. ...[lõpetab lause] täiesti hägustunud. Nad on praegu lähevad sellele ideoloogiale, et püüavad siis neid hääli, kes tahavad vastanduda sellistele partokraatialle ehk siis mainstreamile. Ehk siis see, kes loeb seda Sirpi ja nii.

63. Midagi Tarandi stiilis?

64. Midagi sarnases stiilis jah. Aga nad on ise ka erakond ja samad probleemid tulevad esile, et kuidas seda nimekirja kokku panna. Kes nüüd seda koostavad, et kas need prominendid jäetakse nimekirja lõppu, et nad lihtsalt püüavad viiele esimesele rohelisele, või pakutakse tõesti seal nimekirjas esimest viit kohta. Et kas siis tõesti rohelised ise loobuvad siis oma võimust. Kui viis tükki saab roogikokku nüüd onju peale viie % ületamist ja nad annavad kõik need nendele sõltumatutele siis neid ei olegi seal riigikogus ju.

65. Kõige selle püüdlustega teistest eristuda, et siis kas on üldse võimalik, et valija saab üldse aru mis maailma vaate eest ta seisab Rohelisi valides või hägustub see kuskile?

66. Hägustub jah. Et nüüd valija lihtsalt hääletab selle nimel kas ta tahab olemasoleva poliitika jätkumist või ta tahab uut seltskonda näha seal valitsuses. See on see põhi valik valijatel praegu on, kas nad tahavad seda olemasoleva jätkumist või tahavad uusi nägusid.

67. Aga kas...nii palju kui ma uuringutest välja olen lugenud praegu, siis Reformil on ikka päris tugev toetajaskond praegu. Et kas kuidagi mingil määral ka nende ideoloogilised vaated võivad olla selle taga, et nende edu taga?

68. Need peavad olema kooskõlas, et kuna nad on mainstream, et nende valijaskond on nii suureks läinud, et nad ei saa väga sellele kitsale sihtrühmale suunatud, sellele või noh vähemalt seda tõlgendatakse meedia poolt, et liberalistlikud ideed on ikkagi suunatud ettevõtjatele. Kuna nende valijaskond on väga suureks läinud, siis seal on palju ka mitte väga jõukaid inimesi, seal tegelikult hästi palju noori ja keskmisest isegi madalama sissetulekuga inimesi. Maapiirkonna inimesi. Et siis selletõttu on see sõnum läinud väga häguseks ideoloogiliseses plaanis, et just selletõttu jah. Et kunagi kui nad olid 15% peal siis oli nende kommunikatsioon täielikult sellele ideoloogiale vastamine eksole aga mida suuremaks su valijaskond läheb siis sa pead mõtlema selle valijaskonna erinevate segmetide huvidele. Et sa ei saa väga ideoloogiline, et sa ei saa seda baas ideoloogiat väga lasta paista, et sa peadki olema siis nagu turunduspõhine. Et see sõnum on siis üldine. Et sa seda oma ideoloogiat hoiad nagu kitsamas ringis, et see mis garanteerib sulle nagu ettevõtjate ja sponsorite toetuse, võib-olla ka siis avaliku arvamuse liidrite toetuse.

69. Mul vist ei ole väga mõtet küsida, et mis te arvate, kes võidavad valimised?

70. Et jah, antud uuringu hetkel näitab, et Reform on kindel liider.

71. Eelmine inimene kellega ma rääkisin ütles jah ka sedasama.

72. Endal puudub ikka igasugune tunnetus, et ainsaks tunnetuse aluseks saab olla ikkagi eelnevad uuringud mida tehakse. Et iga inimene võib tõlgendada seda uuringut erinevalt. Et sealt võib eeldada mingit dünaamilist protsessi, et järsku tuuakse mingit uut informatsiooni ja Reform seotakse mingi skandaaliga eks. Tohutus skandaal tekitatakse onju. No see võib mõjutada neid tulemusi. Et see ei saa olla absoluutne mis praegu on. Et ei saa olla kaljukindel aga antud hetke seisukohaga on küll jah, et seal on mäekõrgune ülekaal.

73. Kas...no see on natuke teemaväline, aga kas Keskerakonna tulemusi võib ka mõjutada see Savisaare skandaal?

74. Neli, viis protsenti kindlasti jah, et nad ei saa seda tulemust, mis nad said 2007. Aga nad saavad üle 20% kindlasti, et selle kandideerivad kõik mitte eestlastest kodanikud. Et muuhulgas on Keskerakonnal täielik monopol. Et siin peaks konkurentsiamet sekkuma. [naerab] Et nad on valitseva turujõuga erakond. Et kuna need majandussuhted on niivõrd...või et see ideoloogia on niivõrd täis neid majandussuhteid või et majanduslike aspekte, et siis võiks ka konkurentsi amet hakata erakondade tegevust jälgima. Et see mudaks selle pildi huvitavamaks või kirjumaks. Et siis oleks intellektuaalide poolt ka seda rahulolu rohkem või nii. Et ka nende hääl oleks mingisuguse parteiga esindatud. See põhiprobleem ongi praegu, et need äärmised kihid ei tunne, et neil oleks mingisugune erakond kes esindaks neid. Et sellel peavoolul, sellel mainstreamil on olemas mingid kindlad erakonnad aga nihukestel äärmistel segmentidel, olgu need siis kõrgelt haritud intellektuaalid, eriti vaesed või mingisuguse alternatiivsete hoiakute esindajad või siis äärmusrahvuslastel ..võibolla ongi hea, et ei ole eks.

75. Aga kui jagade neid erakondi valijate alusel, et kui võtta jaotuse aluseks see, et üks asi on see, et erakond tahab hoida oma vqlijat, teine variant on see, et ta tahab kellegi teise valijat endale meelitada või siis kolmas variant on näiteks, et ta tahab saada endale seda 40% kes valimas üldse ei taha käia, et endale sealt mingit osakaalu saada?

76. Väga mõttekas tegevus, et nende hulgast saada 100% , kes valimas ei käi. Et see on ülimalt mõtteks tegevus. See ei peegeldu kuidagi valimistulemustes ainult.

77. Ei ma mõtlen selles mõttes, et saada neid oma valijaks, kes ei ole varasemalt valimas käinud ja kellel pole kindlaid eelistusi. Selles mõttes.

78. Aga nad ei lähe ka valima. See on kõikides riikides, et 30-40 % on selliseid passiivseid inimesi, keda ei huvita see poliitika, kes ei taha osaleda selles poliitilises elus ja nende püüdmine...Seda võib ärgitada läbi persunaalse kontakti aga nad ei ole kindlasti mõjutatavad läbi meedia. Aga läbi mingisuguse personaalse suhtluse. Läbi näost näkku suhtluse. Et kindlasti see, mida Keskerakond tegi 2009 kohalike valimiste käigus, kus nende erakonna inimesid käisid majas majja korterite uste taga inimesi ärgitamas. Osasid isegi viidi autoga valima. Nihukesed kõlakad olid. See on see mida saab kasutada passiivse massi aktiveerimiseks, et muud meetodid siin ei tööta. Aga see on meeletult ajanõudlik või ajamahukas, et nõuab tohutult ressursse, et sull on selline fanaatiline liikmeskond, kes tahab personaalselt inimestega suhelda. Et teistmood seda massi seal liikuma ei pane. Mingisuguse meedia sõnumiga. Ta on selline apoliitiline seltskond. Ma ütlen, et see pole midagi eripärast, et see on kõikides riikides, et on selline apoliitiline seltskond olemas. Neid lihtsalt ei huvita see. Huvitama saaks panna konkreetne isik, kes suudaks panna neile mingisuguseid väärtusi nihutada ja vastavalt sellele ka mingeid hoiakuid muuta.

79. Et see on selline rohkem näost näkku suhtluse teema. Aga selline turunduse viis on üsna kallis?

80. Jah, see otse turundus on kallis.

81. Aga arvate siis, et keegi nende valimiste jooksul ei ürita seda teha?

82. Kindlasti võib-olla üritavad. Aga ma ütlen, et üksikkandidaadil on raske käia. Et palju ühes valimisringkonnas on inimesi 80 000 inimest. Et ligikaudu onju eks. Et käia kõiki läbi...palju see üks inimene jõuaks käia läbi, et 10 inimest. Et suhtleb 10 inimesega, saab sellise frustratsiooni osaliseks, et tal on siiber eksole. Et see nõuab ka sellist kõvemat paksu nahka. Aga kui sul on seal oma erakonnas organisatsioonis... et Keskerakonnas on tuhandeid inimesi, kes aktiivselt tegelevad. Et tuhat inimest, kes suhtlevad nelja viie inimesega, et see on juba päris suur mass eksole.

83. Et selliseid asju viiakse vast valimistele natuke lähemal ajal läbi?

84. Jah, seda pole mõtet teha kuu aega või poolteist kuud varem eksole. Et vahetult enne valimisi siis.

85. Et seda näeb siis veel.

86. Näeb jah. Kindlasti Lasnamäel Keskerakond hakkab seda kasutama, et aktiveerida. Et eriti kui need sõnumid on olnud, et kas ma lähen valima või ei lähe- et see , et Keskerakond valitsusse niikuinii ei pääse. Et see võib muuta valija passiivseks.

87. Aga kui nüüd võtta selle järgi, et kas võib praegu välja lugeda kampaaniatest, et tahetakse püüda mõne teise erakonna valijaid. Et räägitakse nt et Rahvaliit on siin kukkumas, et...[katkestati]

88. Polegi valijaid toetajaid.

89. Et saada nt vanu rahvaliidu toetajaid endale?

90. Et nendel piisaks sellest kui kõik rahvaliidu liikmed ja peareliikmed läheksid valima. Et 2009 oli nende valijas kond väiksem kui liikmeskond. Et see on selline lagunemisprotsess, et ma ei usu, et sealt midagi positiivset tuleb.

91. Aga kas on tunda praegustes kampaaniates, et tahetakse omale saada teiste erakondade valijaid mingite loosungitega?

92. No kindlasti Sotsid oma venekeelsete plakatitega, mis seal Lasnamäel on.

93. Et siis venekeelset elanikkonda kaasata jah?

94. Jah, et sotsid selgelt nagu ka selle transiidimagnaadi poja võtmine, mis ta nimi oligi Oss...midagi oli, kaks s'i eks. Intervjuu oli Ekspressis eilses Ossiprovski vist oli või midagi sarnast oli. Et võite tutvuda. See on peegeldus sellest, et sotsid püüavad ikka sedegi venekeelset valijaskonda. Et Reformikate ja IRLi poolt. Noh IRLil pidid ka seal Narvas venekeelsed plakatid olema aga noh noh ma pole neid kandidaate näinud. Aga Lasnamäel on kindlasti näha seda endise linnapea kaasamine, et just nende slaavi nimede kaasamine kampaaniates ja venekeelse kampaania juhendamine. Ja sellise punase värvi kasutamine mis on sotsidele iseloomulik eks. Lauristinile teete jah, et Lauristin ise on ju vana sots. Kandideerib esinumbrina Tartus.

95. Lauristin on väga neutraalne juhendajana. Aga ma teen puhtalt uurimusliku tööd. Et ei mõista kellegi üle kohut. Et see on puhtalt ideoloogilistest väljendustest.

96. Kui teil saab läbi, siis on ka valimised läbi ja siis saab kohe näha eks.

97. Valimised on selleks ajaks läbi jah.

98. Et siis saab ootusi ja eeldusi vaadata jah.

99. Ma huvi pärast küsin kah juurde, et mida arvatakse, kes võidab, siis on pärast hea võrrelda. Aga kui nüüd näiteks võtta Keskerakonna puhul see „Aitab!“ kampaania, mis te arvate, kas see on suunatud mõne valija endale toomiseks?

100. Ei. Oma vana liini hoidmiseks. Et see sama, et nende püüdmine, kes protestivad olemasoleva vastu ja sama teine on see, et nad on oma ideoloogias peegeldanud, et riigi poolne suurem toetus, et see sõna on kahetähenduslik. Peegeldab

siis ka nende ideoloogiat, Et seal siis kedagi juurde...et siis hoida oma olemasolevat sihtrühma. Et noh eeldus on masu on suurendanud seda hulka, kes vajab seda riigipoolset toetust, et aga ma ütlen, et see sama rahaküsimise skandaal on seda ikkagi seda potentsiaali tugevasti vähendanud, et nad saaksid juurde kedagi võrreldes 2007.

101. Aga kui nt võtta IRLi ja Reformi ja nende sihtrühmi?

102. No nad suures osas kattuvad.

103. Selles mõttes, et kui nüüd vaadata niimoodi oma valijate püüdmine või kellegi teise valijate püüdmine.

104. No nende valijaskonnad kattuvad, et nad on valinud kord ühte, kord teist, et IRLile on see oluline, et silma paista selle suure venna, selle suurema valimispartneri tagant silma paista. Et see on nende suurem küsimus, et kuidas silma paiste selle Suure peetri vaimus.

105. Mis neid väga eristada võiks?

106. No nad peavadki seda näitama, mis neid eristab.

107. Kas kohati võiks näiteks tuua, et neil on väga sarnased loosungid.

108. Selles suhtes, et nad on väga turunduspõhised, et lähtuvad selle teatud valijate ootustest ja ideoloogiat on seal vähe. Et siis...

109. Kas võib ka olla, et IRL end tahtlikult sarnaseks muudab Reformiga?

110. Ma arvan, et nende põhiprobleem on ikka eristumine

111. Aga kuna baas on sama, see lähtepositsioon, et meetod kuidas nad tahavad oma kommunikatsiooniplaani kujundavad. Et nad on paratamatult jõudnud ligilähedaste sõnumitele.

112. Kohati, kui vaadata neid plakateid mis üle linna on siis nad on kohati samades toonides ja sarnaste sõnumitega: „Võid kindel olla, et“ või „Sinu kindel võit“.Ka see võib valijas tekitada natuke segadust?

113. Selles mõttes jah, et nende omavahelised piirid hägustuvad, et ja siis kautajapooleks võib jääda IRL jah. Et nad peaksid seda oma kampaaniat jah rohkem eristama. Et näitama oma nägu. Et see hägustumine mõjub just nendele halvemini kuna nad on see nõrgem pool ja eks nad ise ka mõtlevad selle peale ma usun, kuidas eristuda paremine või efektiivsemalt. Eks see valimiste eelsed nädalad muudavad selle pildi palju kirjumaks, et kui praegu vb tundub, et nad näevad, mida teised on teinud ja siis tehakse uued mingisugused korrektiivid oma kampaaniates. Püütakse nagu näidata oma nägu.

114. **Mis te sellest arvate, et praegusel momendil on programmid väljas ainult IRLil, ja mitte ka päris kinnitatud programmid, ja Reformil, mingi osa Sotsidel ja ülejäänutel polegi nagu hetkel veel midagi nagu?**
115. No kuna see on mõeldud kitsamale ringile mitte laiemale, siis seda jõuab viimistleda veel eks.
116. **Minnakse siis rohkem turunduspõhiste loosungitele välja jah?**
117. See on jah nüüd pigem see mida see inimene jälgib, jõuab jälgida, et ei taha ju süüvida sellistesse spetsiifilistesse asjadesse, millest on raske aru saada. Et mis nõuab nagu spetsiifilist haridust juba. Ja ka haritud inimesed võivad tõlgendada erinevat moodi. See mõttekus on hästi väike, et tuhnida nendes valimisprogrammides. Et ikkagi otsustavad see, et mis inimesed sinna satuvad sinna kulude ja tulude maailma, et kus ta peab lähtuma mingitest reaalsustest...Et valija lähtubki tervest mõistusest, et tema valib nihukesed inimesed, kes tema arvates sobivad neid tulusid ja kulusid jaotama.
118. **Et pigem selline turunduse ja persoonipõhine?**
119. Usaldusväärsus põhine, et ma valin selle seltskonna, kes saab selle riigijuhtimisega hakkama, et ma ei taha kõikidesse peensustesse süüvida, et mida peaks seal täpselt tegema, et ma usaldan seda inimest, et küll ta siis oskab ja teab kuidas kõige paremini teha. Delegeerimine.
120. **Et see on siis üheks põhjuseks, miks ideoloogid võivad jääda tahaplaanile, et lihtsalt see lihtsustamine ja usaldamine kaaluvad üles selle?**
121. Et jah see on see kõige olulisem valitsuskriteerium, et ideoloogiad, see on see, mis kuulub tavavalija jaoks suhteliselt keerulisse sfääri. Et ta ei taha, ei näe mõtet süveneda sellesse. Ma ütlen, et see nõuab sul aastaid, et sellesse süveneda ja siis on ka nii et võid sellest erinevalt aru saada. Et see on see mida nohikud kuskil laua taga paksude tagumikega, kuskil mõtleavad ja juurdlevad. Et tegelikult see elu edasi ei vii, et see on see tavainimese arvamus.
122. **Et kas ma saan õigesti aru, et iseenesest see ideoloogiline seotus on oluline aga samas see jääb nagu kaugeks...**
123. Et kitsamale ringile on see oluline jah, aga siin peab jälgima seda, et see laiem kommunikatsioon ja kitsama ringi kommunikatsioon. Et kitsamas rongis on hästi oluline jah, et tegijad arvamusiidrid ja võimalikud sponsorid, et kelle jaoks on see teatud ideoloogiline selgus ikka väga oluline eks, et mis poliitikat ellu viiakse. Aga siis

on see laiem ring kus on need valijad, kes konkreetselt otsustavad, et mis erakonnad pääsevad, et see kommunikatsioon on ikka täiesti erinev eksole.

124. Praegu tuleb välja ja rohkem selline laiemale ringile suunatud kommunikatsioon?

125. Jah.

126. Aga olgu, aitäh teile.

127. Jah, palun.

Lisa 2.4. Intervjuu Piret Hartmaniga (SDE)

Intervjueeritav: Piret Hartman (SDE kampaaniakoordinaator 2011. aastal Riigikogu valimiste ajal)

- 1. Nii. Millest te siis lähtusite kõige rohkem oma kampaania loomisel, millistest aspektidest?**
- 2.** Ma nüüd tulen tagasi sellesse alguspunkti, kus me alustasime. Et kõigepealt oli see, et mina nagu sisenegin mitte päris kampaania alguses, vaid augustis hakkas minu töö peale, aga tegelikult oli see, et me viisime läbi oma organisatsiooni sees sellise liidrite ja juhtpoliitikute seas siukse uuringu, et nagu millised on meie väärtused, mida me nagu poliitikas soovime, kuidas me iseennast näeme erakonnana ja nii edasi. Et esimene asi, mida tehti, oli nagu vaadati organisatsiooni sisse ja taheti leida nagu selline ühtne nimetaja või väärtus, mis meil organisatsioonil olemas on, et tegelikult me oma kampaaniat alustasime brändikampaaniaga. Et kui sa mäletad oli see roosipõõsa reklaam, et võib-olla natuke ebatüüpilisemalt kui iga valimiskampaania, et meie reklaamime nagu firmaga koostöös ka, nad leidsid väga palju selliseid häid tegijaid, keda tuntakse niiöelda isikutena, aga selline ühtne erakonnakuvand on meil nagu puudu, et esimesed sammud me lähtusime tegelikult sellest, et kuidas luua ühtne erakonna kuvand. Ja sealt edasi siis nagu ehtasime oma kampaaniat edasi. Ja noh, ma arvan, et need väärtused või märksõnad, mida me päris kampaania alguses nagu endale sihiks seadsime, väga paljuskki muutusid kui meil toimus üldkogu ja esimees vahetus, et pärast esimehe vahetust ka selline kampaania fookusseerimine toimus teistele väärtustele, et kui me nagu alustasime nagu sellisest hoolivusest ja pehmusest, siis nagu Sven Mikseri tulekuga me lähtusime sellest, et kampaania oleks hooliv, jõuline hoolimine, et selline nagu, et tihti öeldakse, et meil on nagu head ideed, et tihti öeldakse, et meil on nagu head ideed, et aga kas me tegelikult suudame valitseda ja oma head ideed ellu viia, et siis justkui seda jõulist valitsemise poolt tegelikult, et meil on erakonnas tegelikult need (?) täitsa olemas
- 3. Aga kas te mõtlesite nende väärtuste all ka nagu ideoloogilisi väärtusi?**
- 4.** Noh loomulikult, et selles mõttes, et kui sa nagu erakonna poliitikat teed, et see tihti põhinebki tihti ideoloogilistel väärtustel kõigepealt, eksole, siis sa tuled nagu

järgi, et kuidas nagu erakonnana need ellu viime, et kas me oleme avatud, kas me teeme koostööd, kellega me teeme koostööd ja need ideoloogilised käivad alati ees ja siis tuleb see organisatsiooni pool järgi, loomulikult.

5. **Nendel valimistel, mis te võtsite nendeks põhi ideoloogilisteks väärtusteks, alguseks, millest kampaania võiks siis edasi minna?**
6. No meie nagu selline läbiv märksõna alguses selline hoolivus, et me oleme hooliv jõud ja siis kui üldkogu toimus ja esimehevahetus, siis selline uus algus, et Eesti vajab restarti, et see poliitiline kultuur, mis meil siamaani on olnud. Paduparempoolne juhtimine, majanduskesksus, et see peab pigem muutuma selliseks inimkeskseks ja me peame väärtustama inimest , et pigem siis sai kampaaniavõtmeks selline, et on võimalik ka nagu teistmoodi, et see uus algus ühest küljest nagu erakonna sees, me teeme asju teisiti, teise esimehega ja teisest küljest ka, et riik vajab sellist uut re-starti, sest me ei saa nii edasi minna, sest lõpuks meil ei ole siin eestlasi ja toimub nagu pidev vaesumine ja inimesed lähevad välja ja nii edasi
7. **Et siis selline...kuidas öelda, vasakpoolsed hoolivad...**
8. Jah ma arvan, et sellel on, et ühest küljest vasakpoolsed hoolivad ja teisest küljest ka sellist kaasavat poliitikat, kus me anname kodanikuühiskonnale võimaluse kaasa rääkida, kus me ei tee nagu lauspropagandat, et valimistel hääli saada, vaid me suhtleme oma inimestega, et tegelikult väga palju sellel korral sotside kampaania oli selline, et me kohtume võimalikult paljude inimestega, et me korraldaksime maakondades üritusi ja püüdsime jõuda valijale võimalikult lähedale. Et tihti võib nagu tunne jääda, et sotsid on sellised intelligentsed, kes nagu ei pea kellelegi tõestama. Et nad kirjutavad mõne artikli või mõne loo ja neid nagu asutatakse ja aktsepteeritakse, et sellel korral püüdsin kampaania üles ehitada nii, et me jõuaksime inimesele võimalikult lähedale, et noh kui natuke sellist suhtumist muuta...
9. **Kuidas te ise nagu kirjeldaksite, et kui võtta, et kas te olete pigem nagu valijatekesksed, et lähtute millest valijad tahaks või siis sellised, kes üritavad oma ideoloogilist sõnumit valijani viia.**
10. Ma saan aru küll, mis sa mõtled, et kindlasti noh mul on selline hoopis teistsugune taust, et ma olen kuulunud ka ühte teise erakonda, mis sotside puhul on, et nad on hästi siirad, et tehakse sellist poliitikat, millesse usutakse, et võib-olla on see ka üks põhjus olnud miks on olnud selline madalapoolsem toetus ja mitte nii palju

kohti Riigikogus, et kuidagi ei ole mindud populistlikuks. Et on püütud alati rääkida nendest asjadest, millesse ise usutakse ja mis leitakse et on hea. Et noh loomulikult sa pead valijaga otsima kompromissi või sa pead leidma nagu selle kanali, et valijale oma ideid tutvustada, et selles mõttes loomulikult me nagu tänasel hetkel pidime lähtuma sellest, kuidas valija soovib meid näha, aga need ideed, mida me edasi kandsime on need, millesse see erakond ja need inimesed nagu usuvad. Et selles mõttes Sven on kindlasti ka esimehena selline jõuline, et selles mõttes poliitiliselt nagu puutumatu, tal ei ole selliseid... ta on nagu vaba oma mõtetes. Et selles mõttes, mis nagu mulle tundub, ma ei ole kaua nagu olnud selles erakonnas, aga need on nagu ideed, mis kasvavad siit, seda enam et näiteks valimisprogrammi kirjutamine toimus ka nagu pool aastat ja selles osales väga palju inimesi ja seda räägiti omavahel mitmeid kordi läbi ja see ei sündinud kuskil kitsa ringi keskel mingitest uuringutest nagu lähtuvalt, et mida inimesed siis oluliseks peavad. Et loomulikult me käisime nagu telgituuri ajal sügisel kõikides maakondades ja tänavatel inimestelt küsimas, aga nagu sa peadki leidma selle kompromissi., et kas haridus on tähtis või sotsiaalpoliitika , et sa ei saa öelda, et nüüd on see tähtis, et sa pead nagu inimestega läbi rääkima, aga ma usun, et noh ideed on need, millesse ma nagu usun.

11. Et peategi siis nagu ka ideoloogiliste vaadete esindamist valimisreklaamis oluliseks, et inimesed, et mis ideoloogilisi väärtusi teie esindate, milliseid ideoloogilisi väärtusi.

12. Ma usun küll, sest kui vaadata ka tagant tagasi nendele meie klippidele, siis noh kui neid võrrelda nagu teiste erakondadega, siis ma arvan, et seal oli nagu paljude erakondade klippides oli siukest lauspopulismi, et luban tasuta seda, seda, seda. Et meil oli muidugi väga paljuski Svenile ülesehitatud, eed kandsid nagu sisulist sõnumit, et me nagu võib-olla üks selline naiivne arvamus.. noh ei saa öelda naiivne arvamus, üks meie missioon on kindlasti nagu ka muuta seda ühiskonda paremaks, et me ei lähtu nagu sellest. Et väga paljud inimesed umbes ei taha minna valima või ei oma arvamust või ei saa infot, et me võime nendega nagu manipuleerida või ollagi nagu populistlikud, et ma arvan, et sotsid nagu oma olemuselt on sellised arendajad-parandajad, kes nagu pigem suhtuvad nagu...Harime oma valijaskonda ja püüame saada nagu targemaid valijaid, kes nagu tõesti mõistaksid mingite otsuste tagamaid, kui see, et me lihtsalt nagu lähme kerglaselt peale, et noh loomulikult on ka selle erakonna sees tihti need küsimused

nagu üleval, et nagu kuidas ja me tahame saada tegelikult suureks erakonnaks, selleks, et nagu mõjutada Eestit ja teha inimestele nagu häid otsuseid. Et kui sa oled väike opositsioonijõud, siis sa võid nagu hästi ja palju rääkida, aga sa tegelikult ei saa midagi muuta, selles mõttes on see kindlasti see konfliktikoht nagu erakonnas, mis on ka tõstatatud erinevates diskussioonides, aga nojah..

13. Et see siis.. tuleb ühelt poolt minna selle peale, et enda ideoloogilisi väärtusi inimestele tutvustada ja teine külg on siis see, et kas pakkuda inimestele lihtsalt seda, mida nad tahavad, et konfliktikoht nagu..

14. Selles suhtes, kuidas neid väärtusi pakkuda inimestele nii, et me nad...meie toetus suureneks. Et millest me oleme püüdnud lähtuda on see, et me peame nagu oma ideoloogiat oluliseks ja et me tegelikult täna seda põhimõtet järgides me siiski saime väga palju hääli juurde onju. Ja see andis meile nagu kindluse, et me oleme nagu õigel teel, et võib-olla tuleks vaadata nagu seda, et kuidas me oleme neid teid tutvustanud, kas me oleme piisavalt hästi mingid asju argumenteerinud ja kas me oleme sisemiselt olnud piisavalt tugev, et mingeid ideid nagu kandes. Selles mõttes, me tihti mõtleme, et kas see, kuidas me neid asju teeme on nagu piisavalt hea või me peaksime siin midagi muutma.

15. Aga ma küsin nüüd siukse vahepealse, et kui te... see vasak-parempoolne skaala, see ideoloogiline, et kuhu te ennast paigutaksite täpselt?

16. Kindlasti me oleme vasakul poolel, et selles pole küsimust, et kui meie seda valimisprogrammi lugeda ja paljud spetsialistid seda lugesid, siis nad ütlesid, et loomulikult me oleme nagu võib-olla parempoolsemad kui paljud teised vasakpoolsed jõud kuskil teistes riikides, aga see tuleneb ka nagu sellest, et me peame täna lähtuma nagu sellest olukorrast, mis nagu Eesti riigis on. Et me ei sa nagu totaalselt kõike lubada, sest see ei ole võimalik

17. Aga mis see täpselt näide nagu oleks, mis nendest loosungitest või programmist?

18. No näiteks üks asi on see, et tasuta kõrgharidus, et kuigi see on väga hea ja me peaksime selle poole püüdlema, siis täna me ei näe, et see oleks võimalik 100 protsenti, et me näeme, et seal on ikkagi nagu mingid sellised kriteeriumid nagu mille alusel onju ja me näeme, et me peaksime magistri nagu suurendama neid tasuta kohti ja bakalaureuse osas, aga me ei näe, et see on nagu totaalselt võimalik, et kõikidele tasuta, et mingid sellised nüansid

19. Et nagu võrdsus ise, sotsiaalne (?), traditsiooniline võrdsus läheb sinna nagu

lihtsalt ka, tuleb see *common sense* nii öelda sisse, ei ole lihtsalt võimalik või...

20. Et jah, et selles mõttes, et see on prioriteetide seadmise küsimus mõnes mõttes, aga see peab tulema nagu sellest ühiskonnast vaatama, mis võimalik on. Ja see ongi võib-olla erinev suurte erakondadega, et võimuerakondadega, et me ei saa populistlikult lubada ja hiljem nagu öelda, et me ei teinud...ega neid tuleb tegelikult ka mujal pool välja, kus me oleme sellised, et kui võtta vasakpoolne erakond, siis võiks ju totaalselt lubada, aga me ei saa seda lihtsalt teha, see ei ole lihtsalt võimalik. Aga kindlasti me oleme vasakul poolel ja kindlasti meie erinevus on see, et kui Reformierakond räägib sellest, et majandus on kõige olulisem, siis me saame selle ja selle korda ja aitame ettevõtlusel areneda, et siis nagu meie kindlasti räägime sellest, et inimene on kõige olulisem onju ja kui me täna nagu püüda ettevõtlust arendada... alustame sellest, et meil on väga palju lapsi, kes elavad nagu vaesuses onju ja me ei saa oodata, et siis see inimene on meie teema, millest me nagu lähtume.

21. Et mai tea... äkki te toote mulle mõne näite mõnest valimisreklaamist, et kui... mis väljendab teie ideoloogilisi väärtusi, mõni loosung või ...

22. Kindlasti nagu see, et lastetoetuste suurendamine, mis oli nagu meie jaoks ääretult oluline, et tänasel hetkel see ebavõrdus on, nagu hakkab hästi varajasest east pihta, et meie eesmärk on nagu see, et me riigitoel suudaksime garanteerida lastele nagu võrdsed võimalused areneda, ükskõik sellest, millises Eestimaa otsas ta on sündinud ja kes on tema vanemad, et noh, et kui siin oli arutelu selle üle, et kas keskkoolis peaks olema tasuta koolitoit või mitte, siis sotsid ütlesid loomulikult „Jah“, et selles mõttes, et see ei ole mingi küsimus onju, et siinkohal koalitsioonierakonnad ütlesid, et „mis mõttes onju“, et igaüks teeb, mis tahab, et vanemad maksku see kinni. Et see just ongi ideoloogia küsimus, et võrdsuse tagaajamine on see, konkreetselt lastetoetuse asjas näitas seda, et me ei lase lihtsalt, et inimene sünnib ja siis me saame nagu hakkame, et anname emale emapalga ära esimesed poolteistaastat ja siis edasi vaadaku igaüks ise, et tegelikult me tahaksime anda igaühele võimalikult hea nagu lävepakku selleks, et temast kasvaks nagu hea kodanik ja kui riik on taganud selle, et saavad nagu heaks täiskasvanuks, heaks kodanikuks, siis see on igaühe enda teha, mis ta sealt edasi teeb ja mis ta sellega peale hakkab, et tänasel hetkel ühiskonnas...ma tulen ka väga väiksest kohast, et tegelikult seda ei ole. See on see koht, kus see, et kuhu sa sünnid ja kes on su vanemad määrab tihti selle, kes sinust saab. See tegelikult üha

enam süveneb ka, nojah..

23. Keda te täpselt pidasite oma sihtrühmaks? Või peamiseks sihtrühmaks selle valimiste eel?

24. Kindlasti on nagu, ma arvan, et haridustöötajad, kultuuritöötajad, me ise tahame näha, et need on ka lihtsad töötajad, kes käivad tööl ja teenivad keskmist palka. Aga kindlasti oli selle valimise sihtgrupiks ka need, kes täna valimas ei käi. Et see uus algus on kui selline revolutsiooniline loosung, et ta ei ole selline, et umbes mai tea „Kindel võit!“ või mis iganes, et tegelikult ta on selline, et me püüdsime saada nagu valimiskasti juurde ka neid inimesi, kes täna võib-olla ütlevad, et noh, mai hooli või mis iganes onju. Et nad näeksid, et tegelikult saab asju teha teistmoodi ja neil on võimalik valida nagu nendes selliste noh, selliste erakondade seast, kus on need esimehed juba istunud aastaid ja aastaid ja teevad asju nagu vanamoodi, valida jõu seast, kes tegelikult on nagu valmis Eesti riiki teistmoodi üles ehitama ja teisi väärtusi...

25. Mis meetodeid te rakendasite niiöelda selle grupi saamiseks, kes muidu valimistel ei käi? See 30-40 protsenti kui mai eksi.

26. Ütleme nii, et meie kampaania eelarvetes oli väga suur osa telekampaanial ja raadioreklaamil, vähemal määral Internetis, aga väga palju oli muidugi ka printreklaami, mis nagu... suur osa oli siiski see, mis on avalikmeedia, aga mida me väga palju forsseerisime oli see, et meil toimus nagu väga palju üleestilisi kohtumisi valijatega ja me tegelikult oma kandidaate eelnevalt ka nagu koolitasime, et nad läheksid tänavatele ja julgeksid inimestega suhelda, et ma arvan, et see oli nagu sotside kampaanias nagu hästi uus asi

27. Et otsekontakt?

28. Just, me tegelikult tegime ka väga palju selliseid erinevaid teemaseminare ja konverentse, kus me proovisime erinevaid sihtgrupe kaasata, mitte nii, et tulge sotse kuulama ja meie poliitikaid, vaid me arutlesime erinevate sisuliste teemade üle ja püüdsime seeläbi inimestega kontakti saada. Et nad ei näeks erakonnas lihtsalt nagu erakonda, vaid võimalust debateerida ja saada uut infot ja olla nagu kursis. Ja ütleme, et kogu see valimiskampaania ja oma selline nagu võrgustikuga töö erakonnas, et me ikkagi korraldasime nagu väga palju koolitusi, jõudsime vallatasandile, suhtlesime oma aktivistidega seal. Et see ei olnud selline, et „Tere, me tuleme Tallinnast ja teeme kampaaniat“, me siiski võtsime kõik oma maakonnad ette ja rääkisime seal inimestega, et kuidas nad võiksid tutvustada ja

mis on sellised nende küsimused, et pidevalt oli selline tagasiside.

- 29. Kuivõrd te iseenesest peate oluliseks seda, et teie multimeedia reklaam ja kampaania esindaks, et inimesed saaksid aru, et te esindate nüüd neid ideoloogilisi vaateid just, et seda poliitilisel maastikul teie profiil oleks nagu kindel...**
- 30.** Et selles mõttes, et nagu reformil on ettevõtjad ja nii edasi, et nagu nii meie puhul öeldakse sotsid on umbes haridustöötajad...
- 31. Ei mitte ainult seda, ma mõtlen, kui klassikalises mõttes võtta, et kes on sotsiaaldemokraadid, et maailma mõistes ka, et kui ideoloogiline, et selles mõttes, et kas te peate oluliseks seda, et ka Eesti poliitilisel maastikul inimene saab aru, kus te asute.**
- 32.** Ei noh... ma hea meelega jätaks sellele küsimusele vastamata ja ütleks, et küsi Sveni käest, aga mis mulle endale isiklikult tundub ja see on minu isiklik arvamus, et me oleme seda täna paika loksutamas ja seda erakonnasiseselt. Et meie eesmärk sellel aastal on uuendada programmi ja nii edasi onju, et noh, me näeme ise, et kui ütled sotsid, siis tegelikult peaks see tähendama ametiühinguid, inimesi, kes teenivad eesti keskmist palka või alla seda, et määrame selle lihtsa inimese töötajast. Et tegelikult see nii ei ole, see ei toimi, see paneb meid endalt ka küsima, et kuidas, et mis siis nagu, et noh kellele siis või kuidas täpselt. Et mul on tunne, et me nagu ise ka täna fookusseerime, et mitte, et me oleks segaduses ja ei tea mida teha, aga ma arvan, et täna me nagu proovime rohkem nagu paika loksutada seda, mis on põhiteema, kus suunas me liigume, millist Eestist me tahame. Tihti ka erakonnas, et me ei ole sotsiaaldemokraadid, me oleme demokraadid, et see sotsiaalne pool on küll oluline. Aga tihti peale kuvab see rohkem, et meil on nagu kodanikuühiskond ja me arendame seda nagu riigijuhtumist, proovime teha nagu avatumaks, et lisaks nende sotsiaalsete väärtuste propageerimisele ja ajamisele ja võrdsusele ja mai tea astmelisele tulumaksule ja rikastelt rohkem kogumisele ja nii edasi. Et on ka lihtsalt selline suhtumine nagu poliitikasse, et kuidas see kultuur peaks nagu välja nägema... Et kuna ma ei ole nii kaua erakonnas olnud, siis ma arvan, et mul on keeruline vastata, aga mis mulle endale tundub, et see protsess on erakonnas nagu käima läinud ja ma arvan, et see diskussioon nagu toimub, et kuhu me nüüd siis potsatame. Aga ma arvan, et sa võiksid seda Mario käest, et ta kindlasti oskab sellele paremini vastata
- 33. Jah, aga aitäh teile**

Lisa 2.5. Intervjuu Annika Arrasega (RE)

Intervjueeritav: Annika Arras (Reformierakonna kampaaniakoordinaator 2011. aasta valimiste ajal)

1. Millest te siis lähtusite eelkõige enda kampaania loomisel ja reklaamide välja töötamisel.

2. Riigikogu 2011?

3. Jah, Riigikogu 2011

4. No... Reformierakonna puhul kõik algabki tegelikult ideoloogiast onju? Et Reformierakonna programm on kõige aluseks, väärtused... ehk seesamune liberaalne maailmavaade. See on nagu alati põhjaks, see seab tegelikkuses nagu raamid kõigele, mida sa saad teha ja mida sa ei saa teha. Et kui tahta olla väga populistlik, siis võid ju minna lubama kõike. Aga jah, et need põhimõtted panevad piirid ja sellest lähtub kõik jah.

5. Aga mis nagu näited võiksid konkreetselt olla? Et just ideoloogilised vaated arenesid edasi siis...

6. Ei no see on väga lihtne näiteks kui... võtame kaks-kolm lihtsat näidet kui me oma maailmavaatelt ja programmilt toetame ühetaolist tulumaksu ja oleme täielikult vastu astmelisele tulumaksule, siis on täiesti selge, et kui me räägime maksupoliitikast ka oma kampaanias, et siis me väga kindlalt järgime seda liini, et me ei saa midagi muud tegema minna. Või et täpselt samamoodi, et kui me räägime sellest, et toetuste puhul Reformierakond lähtub eelkõige vajadusepõhisest ja mitte sellest, et jagame võrdselt kõigile, et siis täpselt samamoodi ei saame minna kampaaniasse rääkima vastupidist olukorda. Et need ongi need asjad, mis tegelikult, mis selle raamistiku paika panevad

7. Aga näiteks visuaalses materjalis?

8. No visuaalsus on lihtne, meie korporatiiv on väga kindlalt paigas. Ta areneb iga kampaaniaga küll, aga logo kui selline, noh oravalogo, sai juba aastal üheksakümmend... üheksakümmend neli, kui ma ei eksin. Ja ta tegi väikese muutuse läbi aastal 2001, aga värvid... alates... aga värvid, logo ja kõik see sama, on algusest peale olnud üks ja sama. Ta on ainult arenenud, ta ei ole kunagi muutunud ja tegelikkuses see on ikkagi toonud selle, et täna on Reformierakond kogu märgina tuntuks on ta saavutanud tegelikkuses tegelikult lae, et noh kui see tundus on 90% piirimail, siis ega kõrgemale palju minna ei ole.

Seda, et kõik 100%..., seda ei ole võimalik saavutada. Et ma julgen Reformierakonna kogumärki võrrelda küll näiteks Eestis noh EMT'ga näiteks, et nende tundus on ilmselt samaväärne, kuigi nad on isegi kauem turul olnud kui erakond

9. Aga kas põhimõtteliselt selle liberaalidega värvidega, see kollane ja sinine...?

10. Jah, et see on siukene traditsionaalne

11. Aga üldiselt tavaliselt on just see heledam sinine ja tumesinine on pigem konservatiivsete vaadete värvi...

12. See ei ole nüüd detailselt paigas tegelikkuses, et me jätame endale alati ka ruumi selles mõttes, et loomingulisele vabadusele, et kui me oleme olnud erinevates kampaaniates, on meil olnud ka erinev... helesinine kuni tumesinine välja, kollane on olnud üks ja seesama erk, aga isegi selles on olnud variatsioone, see on rohkem selline nagu loovjuhi ja disainerite töö, et me ise sellesse liigselt nagu ei sekku. Ma hoian nagu ranget joont, selles mõttes, et meil oleks järjepidevus, vastasel juhul lihtsalt... töötab vastu.

13. Aga kas see nüüd, et selle aasta loosung on see, et „kindel“ ja „võit“ ja noh sellised sõnad, et nagu siuke konservatiivsem nagu vaade ja sihukesed tumedad toonid nagu konservatiivsed toonid, et kas see oli teil nagu tahtlik või

14. Võitu meil ei olnud, meil oli „Võid kindel olla“, ei aga me ei läinud üldse kuidagi eemale sellest, mis koguaeg oleme teinud. Et meil jätkuvalt kollane..., et see proportsioon ongi olnud lihtsalt erinev. Mõnikord on üks värv esikohal, mõnikord teine. Sellel korral oli meil küll rohkem valget kasutusel, et sellise taustana ja..., aga seda on ka varem olnud. Mai ütleks, et me tegime midagi nagu täielikult teistmoodi, aga iga aeg ja olustik nõuab nagu oma, et meie jaoks nagu tundus, et ka visuaalis me peame nagu väljendame kindlustunnet, et see kindlasti mingi määral dikteeris võibolla selle kampaania visuaalse jõulisuse. Et ta ei olnud võib-olla nii pehme nagu varajasematel kordadel ta mõnikord on olnud, et sellel oli oma osa kindlasti.

15. Et selles mõttes ma mõtlesingi, et kas need olid omavahel seotud

16. Jah, ikka. Ikka me loomulikult mõtleme selle peale ka, et millise sõnumi annab endast edasi pilt, et seda ei saa nagu... need asjad käivad lihtsalt niivõrd käsikäes, et seda ei saa lahutada

17. Ja, et siukene tumedam rangem värvigamma oli ka... sõnumisisu ja visuaalne pool läks kokku

18. Range on sõna, mida ma päris võib-olla ei kasutaks, et see ei ole...ma nimetaks seda just pigem kindlustundeks.

19. Et ühesõnaga, oma ideoloogiliste vaadete representeerimist oluliseks peate

20. Jah absoluutselt, et see on kõige alus, et ma arvan, et ükski... võib-olla mõni väidab nii, aga erakonna puhul see on ju ikkagi väärtuspõhine, mida nad on... ja kui neid ei ole... noh, mis siis üldse on, küsiks?

21. Mhm, kas te paigutaksite ka enda liberaalsete ja majanduspõhist maailmavaadet, rohkem nagu parem-vasak skaalal rohkem nagu tsentrisse või äärmuse poole, et on erinevaid paigutusi olnud, et on küll paigutatud reformi täitsa sinna parem-äärmusesse ja on nagu ka keskele poole, et kuhu te ise end paigutaksite?

22. Ma olen selles mõttes, et kui sa võtad selle skaala ainult parempoolse osa, siis selle parempoolse osa keskel pigem või grammike paremale sealt veel, et äärmuslik parem me kindlasti ei ole, see on hoopis midagi muud ja liigselt tsentris me ka ei ole, sest meie majanduspoliitika on siiski nagu kaugel tsentrist. Aga võib-olla mõningate sotsiaalsete meetmetega, mis siin eriti viimastel aastatel on... võib-olla see on see, mis tõmbab natuke sinna keskema poole tagasi, tänu millele, me ei lähe sinna paremäärmusesse, et jah. Ütleme siis nii et parem-vasakpoolse skaala parempoolsel teljel keskel, et aga kindlalt kõige parempoolsem Eestis, et mai näe küll ühtegi teist, kes selles mõttes, noh ütleme parlamendierakondadest on eelmisest või praegusest koosseisust paremal pool rohkem kui meie.

23. Et edasi siis jah nagu olukorra sunnil on see pigem toimunud, noh liikumine on toimunud pisut vasakule

24. Ei ma ei öelnud olukorra sunnil, sugugi mitte. Tegelikult iga erakond peab arenema ja selles mõttes, et kui sa vaatad laiemalt seda, mis tähendab liberalism Euroopas... lähed europarlamenti ja vaatad millised erakonnad koos liberaalide ja demokraatide fraktsioonis, siis tõepoolest seal on see.. selliseid, et kui sa nende juttu kuulad, et vabandust, aga te ei ole liberaal. See on nii laialt mõistetav, aga seal on teatud mingid põhilised asjad, et üksikisikuvabadus, majanduspoliitika, mis on ka nagu meie alustalad. Et kui sa jääd nendele asjadele kindlaks, siis sa oled ikkagi liberaal. Aga muus osas ma arvan, et ükskõik milline riik... iga erakond oma maailmavaatelt ikkagi mingil määral kohaneb oludega.

25. Vastavalt keskkonnale siis

26. Vastavalt keskkonnale jah ja seda vastavalt sellele, millises arengustaadiumis see ühiskond parasjagu on, et tõenäoliselt Reformierakond Soomes oleks hoopis teistsugune erakond kui ta on Eestis ja samamoodi Rootsis onju. Seal on lihtsalt... meil on oma Nõukogude taak ja mis siin iganes on onju.

27. Aga, mis te arvate, et kas valija on teie selle aasta kampaaniast võimeline välja lugema konkreetseid vaateid, kindlasti see maksusüsteem, aga muus osas... et pensionäride toetamine ja muud sellised asjad on nagu kohati jällegi siuksed natuke vasakpoolsemad.

28. Ei, ma ei ütleks, et nad on vasakpoolsemad, aga.. sest see maailmavaade räägib siiski sellest, et kõigil inimestel peaks olema hea elada olenemata nende taustast või vanusest või millestki muust, et sama kehtib ka eakate kohta. Esiteks ma arvan jah, et valija sai aru, et me oleme jätkuvalt liberaalid, sest kogu meie kampaania oli tegelikkuses ülesehitatud ühele põhilisele. Kui majandus on korras, siis läheb ka elu paremaks. Ja meie majanduspoliitika on 100% liberaalne, siin ei ole nagu mitte millestki muust nagu rääkidagi eks. Ja ma arvan, et kuna see oli kõige alus, siis ilmselgelt see jõudis inimesteni. Ma ei saa siin mingit ülemuslikku tõde väljendada, sest et .. mina ei ole.. ma olen küll valija, aga ma ei ole nii objektiivne, et kuidas inimesed tegelikult mõistavad, see on nagu teine teema. Aga eks me vaata ka ise erinevaid uuringuid ja analüüse teeme, et ma arvan, et ka valimistulemus võib viidata sellele, et tegelikkuses valija sai aru, mida me tahtsime öelda. Vastasel juhul, kui nad ei saaks aru, siis oleks neil ka keeruline valida.

29. Aga kes oli teie peamine sihtgrupp? Nüüd nendel valimistel.

30. No meie puhul ei saa rääkida nagu ühest peamisest sihtrühmast, see ongi nagu see, et kui sa oled saavutanud selge staatuse, kus Reformierakond on olnud valitsuses juba üle kümne aasta, nüüd peaminister on olnud järjest kuus aastat ja läheb nüüd ka edasi. Et siis tegelikkuses me räägime ka ju sellest, millest räägib ka meie logo alla kirjutatud lause, nagu näed seal seina peal, et 2007 valimistel lisandus meie logo alla lause „Parem Eesti kõigile“ ja me ei ole seda kuskile ära kaotanud, et see on jätkuvalt seal. Et varasematel aastatel, sa võid veebist ka ise vaadata , meil on olnud „Parem jõud“ ja mis seal on veel olnud... „Parem jõud“ ja... seal on paar eelnevat veel, aga ma praegu peast kohe ei tea, aga see viitab selgelt sellele, et see mida me ajame, see tegelikkuses on parema Eesti nimel, et see peaks nagu kõikidele inimestele mõjuma. Aga kui konkreetsest kampaaniast rääkida, siis on nagu selge, et... räägin nagu turundaja aspektist... et korraga ja kõigile ei suuda sa müüa ühtegi toodet, isegi kui tegemist on väärtustepõhise erakondliku asjaga. Et meil jah oli kolm üsna suunatud selget sihtgruppi, ühed olid siis eakad, siis olid sellised pereinimesed ehk pered, kellel on väikesed või kooliealised lapsed ja kolmas sihtgrupp oli siis tinglikult kokkuvõttes „tööinimene“, et kellele just see majanduslik olukord läheb korda, sest see mõjutab

nende tööd, leiba ja sissetulekut ja nii edasi.

31. Nagu teil ka need reklaamid jaotatud nende samade sihtrühmade järgi

32. Ütleme nii, et kui sa viid need kaks otsa kokku, siis sa saad võib-olla aru, miks sellist reklaami vaja oli, et just nii

33. Et kas te mõtlesite ka sellele protsendile, kes ei lähegi valima? Tavaliselt on mingi hallmass, kellega otsesuhtlus on kõige parem, et keda üldse püüda endale

34. Alati on neid, kes tulevad üle, et ei ole nagu... on mingi grupp neid, kes tõepoolest ei lähe kunagi valima, aga piisavalt suur on kahtlejate osakaal, kes ütleme nii, et kui nad tunnevad ennast piisavalt motiveerituna, siis nad lähevad valima ja kui nad seda ei tunne, siis nad ei lähe, et noh selles mõttes jah, kindlasti ka nende kahtlejatega me üritasime rääkida ja rääkisimegi ja ma julgen uskuda, et mingi hulga neist me ka valima saime. Et eriti eraldi me üritasime võib-olla kõnelda sellistes teistmoodi kanalites just noortega, sest noorteseas... et võib-olla see, et neile meeldib küll oma meelsust välja näidata ja öelda, aga valima väga ei viitsi minna, et alati on midagi paremat teha. Et noh see on see sihtgrupp, kelle juures võib öelda, et me täitsa teadlikult tegime seda nagu, et selgitada neile, et miks nad peavad valima minema, miks see tähtis on. Ja et see üks hiireklõps tegelt ei ole üldse palju

35. Ja mis te täpselt nagu tegite? Mis kanalites?

36. Noh noor inimene istub ikka Internetis, et see asi. Ma julgen väita, et meie Internetikampaaniaosakaal oli võrreldes kõikide eelnevate valimistega võrreldes kõige suurem. Tegime teatud lihtsalt võibolla noorte keeles noortesuunatud reklaame rohkem, noored autoriteedid meil meedias, kes just sotsiaalkanalite kaudu kõnelesid siis omaealistega ja üritasid siis selgitada, miks nemad valimas käivad. Läbi selle siis kaudselt motiveerida teisigi seda tegema.

37. Aga aitäh teile.

Lisa 2.6. Intervjuu Tiit Riisaloga (IRL)

Intervjueeritav: Tiit Riisalo (IRLi kampaaniakoordinaator 2011. aastal Riigikogu valimiste käigus)

1. Alustame siis, et mida te eelkõige, millest te eelkõige lähtusite oma erakonna kampaania loomisel ja reklaamide väljatöötamisel

2. No ma arvan, et üks iga erakond peab toetuma nagu oma juurtele selles küsimuses

3. Et just siis nendele ideoloogilistele vaadetele

4. Jah just, et põhiväärtustele, mida kantakse, et sellised kampaaniad on nagu reeglina kõige õnnestunud, et mistahes elu valdkonda me vaatame. Noh päris sellise tootekampaania ja poliitkampaania vahel võrdusmärki ei saa panna, aga laias laastus on ka väga palju kattuvaid elemente ja kampaania on ikkagi edukas siis kui see organisatsioonikultuur või põhiolemus toetab seda kampaaniat ja IRL on parem-konservatiivne erakond ja ma arvan, et need suunad, mis me seal kampaanias valisime või need konkreetsemad poliitikad, mida me kilbile tõstsime nagu väga põhimõtteliselt lähtuvad sellest maailmavaatest, mida IRL kannab

5. Mhm, et kui nüüd võrrelda seda siis, et kui palju te lähtusite niiöelda potentsiaalsest valijast või noh.. kuidas ma nüüd ütlen, et see ideoloogilise ja potentsiaalsest valijast lähtuvuse osakaal kampaania loomisel, milline see võib olla.

6. No, ütleme, et noh üritades sinna mingit illustreerivat näidet tuua eksole, et onju üldteada üks, et ühelt poolt IRL on rahvuslik-konservatiivne erakond ja kui me vaatame nagu IRL'i ajalugu ja tema olemust, siis seal DNA's on nagu sissekirjutatud, et me ennekõike seisame ikka Eesti vabaduse ja rahvusriigi säilimise eest. Aga loomulikult kui sa hakkad tegema kampaaniat eksole, siis noh pead sa vaatama siis nagu neid hetke konteksti, et ei ole mõtet teha kampaaniat „Eesti vabaks!“ või kuidas iganes me seda sõnastame kui see parasjagu ei ole relevantne

7. Mhm

8. Loomulikult on see ülioluline, aga inimestele jõuavad päralt ikka need teemad, mis neid antud ajahetkel puudutavad. Nii et noh järelikult seda kampaaniat planeerides ei ole mõtet teha, kuigi see on üks nagu põhiväärtusi, ei ole mõtet seda niiöelda teravikku

sinna orienteerida

9. Mhm

10. Ja loomulikult üritame me nagu olla pidevas dialoogis ühiskonnaga, kui seda nii võib nimetada, et me ju alustasime sellest, et me möödunud aastal viisime läbi sellise üsna üsna ulatusliku küsitluse ja noh seda on niiöelda kriitikud ja nii on ekssole seda nimetanud populismiks või siis on mingi hulk nagu ühiskonnateadlasi või sotsiolooge öelnud et ega see pole mingi päris küsitlus. Et noh ma ütleksin selle peale kommentaariks, et loomulikult ei ole kellelgi plaanis selle küsitluse põhjal, kuigi ta hõlmas nagu kümneid tuhandeid inimesi teha nagu teadust. Et mina ei hakka selle põhjal tegema magistri- või doktoritööd, aga väita, et see on populism ekssole, on täiesti alusetu, sest kui me juba sellise energia sinna sisse paneme, siis loomulikult meid huvitab nagu see, mida inimesed asjast arvavad, mis neile parasjagu on oluline ja siis lähtuvalt sellest ekssole niiöelda oma maailmavaatest ja sellest, mis inimestele on oluline sa panedki selle kampaania kokku, et noh tuues siin nagu näite, et IRL sellise konservatiivse paremerakonnana on nagu äärmiselt olulised siuksed nagu püsiväärtused , et riiklikust iseolemisest me nagu rääkisime ekssole, järgmised väga olulised asjad on nagu ütleme perede siuke harmooniline funktsioneerimine ja kõik mis seda puudutab, näiteks ennekõike tööküsimused, ennekõike kõik koduga seotud küsimused ja haridusküsimus, et see tegelikult on meie elu siuke vundament ekssole. Kui meie tööasjad on korras, kui meie tööd väärtustakse, et see on üks siuke aluskivi. Kui me räägime ekssole... oma kodust, siis see on teine vundamendiblokk selle kõrval ja see on meile konservatiivse erakonnana oluline ekssole ja me saimegi inimeste käest teada seda, et tegelikult paneb väga paljusi muretsema see, mis on seotud, niiöelda see vaikne, teatud mõttes siuke nagu hiilivam pidevalt toimuv koduga seotud kulude tõus, eskaleerumine

11. Mhm

12. Ja sellest lähtuvalt me kujundasimegi ekssole ühe oma selle suuna ekssole, mida me inimesteni üritame kommunikeerida ja loomulikult seda ka ellu viia, et kodukulud peavad saama kontrolli alla ja selles suunas me nagu töötame ja siin on juba nagu praktilisi töövõite ette näidata, et kodualuse maamaksuvabastus on kokkulepitud ekssole ja monopolide ohjamise seadus on vastu võetud

13. Mhm

14. Et tulenebki selles mõnes mõttes teatavast maailmavaatelisest alustalast, et meile on oluline see, et inimeste kodud, koduga seotud probleemid kõige laiemas plaanis ekssole,

antud juhul siis need kodukulud oleksid kontrolli all ja selle nimel nagu töötatakse ja kolmas asi eksole, mis nagu puudutab nii öelda mitmeid aspekte eksole on see hariduseküsimus eksole, see puudutab väga otseselt tööd, sest igasugune statistika toetab nagu seda , et tööturustatistika eksole kõige vähem haavatavam eriti tänapäeva maailmas, eriti mida aeg edasi, haavatavamad on hästi sellised haritud inimesed, kõrgharitud inimesed, et see aitab nagu. See on ühelt poolt siis tööturule suunatud meede ja teiselt poolt nagu hariduslik meede eksole. Sellest tulenevalt me nagu teise olulise suunana võtsime nagu tasuta kõrghariduse

15. Mhm, et ühesõnaga te üritasite nii öelda põimida seda niiöelda valijast lähtuvalt kampaaniat oma ideoloogiliste vaadetega kooskõlla

16. Jah, et selles mõttes, me tahtsime teada, mis on inimeste jaoks nagu konkreetselt kõige põletavamad või olulisemad mured ja otsisime neile lahendust lähtuvalt oma maailmavaatest

17. Mhm, et aga no ütleme, et te ütlesite et siuke parem-konservatistid, aga selline peretoetused ja selline, et teid tihtipeale loetakse nagu vasakpoolsemateks vaadete, et kas võib öelda, et tingituna sellest praegusest ühiskonna või noh nagu moodne sõna masu, et sellest tulenevalt on ka nagu läinud teie suunitlused natuke rohkem nende toetuste peale või noh poliitika ja on nagu vastavalt kohanenud niiöelda siis selle ühiskonna vajadustega

18. Ma arvan, et see on nagu ekslik seisukoht eksole, et teatavas mõttes nagu kultiveerunud et just nagu konservatiivsed parem-erakonnad ei seisaks selle nagu... paneme siis niimoodi, et see konservatiivsed erakonnad on alati olnud pigem selle skaala keskmes . Ühes otsas on liberaalid , kes ütlevad eksole, et niiöelda inimene ise 100% on oma saatuse sepp, totaalne niiöelda turumajandus ja igaüks peab ise vaatama kuidas nagu hakkama saab eksole. Teises skaala otsas on niiöelda vasakjõud, kes ütlevad, et ühiskond on üks suur tervik ja me ei saa mitte mingil juhul ühte mahajääjat nagu maha jätta ja me peame märkimisväärse osa eksole sellisest niiöelda märkimisväärse osa teie teenitud rahvuslikust kogutulust kokku korjama maksudena ja selle siis niiöelda nõrgematele laiali jaotama. Konservatiivsed erakonnad niiöelda paremerakonnad selle klassikalises mõttes siis täpselt ongi seal keskel ja ma arvan, et see on ka kõige nagu jätkusuutlikum või õigem lahendus. Et üheltpoolt me ei saa minna nagu lausliberalismi, aga me peame toetama vaba ettevõtlust, sest see tegelikult loob vundamendi. Ja teiselt poolt peame me hoolitsema niiöelda selle, selliste inimlike ja selliste perehariduslike väärtuste poolt samamoodi, et konservatiivsus on alati olnud

seal keskel, selles mõttes. Et väide nagu me just nagu eksole kodukuludega tegelemine oleks meile mingi sedalaadi meetmeteloomine oleks nagu vasakpoolne teema või puhtalt neile broneeritud, et see on juba ajaloolisest vaatenurgast.

19. Et ühesõnaga te arvate siis et kui võrrelda eelmiste valimistega , et see majanduslik seisukord ei ole mõjutanud nagu teie sotsiaalpoliitika natuke nihkumist

20. Selles mõttes mitte, et kui te vaatate 2007 kampaaniat, et IRL oli nagu ju see kokkuvõttev loosung „Terve pere, terve mõistus, terve Eesti“. Me räägime ju täpselt samadest asjadest. Et see põhimõtteline vahe on selles eksole, et siis me rääkisime sellest sellisel abstraktsiooni tasemel, noh; terve pere, terve mõistus, terve Eesti ja kõrval oli siis nagu öelda õnneliku ühiskonna ehitamise teema. Et me saime aru, et ta tegelikult ei ole kuhugi kadunud, eksole. Aga selles tohutu inforikkas maailmas, kus me praegu oleme, pead sa olema oma kommunikatsioonis väga selge, et selline ... lihtsalt nagu jõuaks inimestele kohale.

21. Et ühesõnaga kogu oma reklaamis hoiate, üritate hoida sihukest läbivat ideoloogilist joont, et inimesed oleks võimelised välja lugema teie sihukesi põhilisi vaateid ja ...?

22. Absoluutselt

23. Ja peate seda ka väga oluliseks nagu ma aru saan

24. Kindlasti selles mõttes, et noh mingis lühiajalises vaates , mis nagu eristab siis niiöelda... Palju on tänapäeval tekkinud selliseid populistlikke erakondi või pool populistlikke ja noh nad on nagu täielikud tuulenuusutajad. Oletame, et viiakse läbi mingi küsitlus või mingi uuringufirma viib läbi küsitlused , sealt selgub näiteks, et noh võtame väga lihtsalt skeemi kirjeldada. Oletame, et Eesti armee on lahingutegevuses väljaspool Eesti piiri ja hoidku Jumal selle eest et reaalsuses midagi sellist juhtuks, aga oletame, et juhtub mingi suurem konflikt seal mai tea Talibaniga ja mõned Eesti poisid saavad seal, rohkem kui üks, ütleme rängalt vigastada ja kui kohe pärast seda panna püsti küsitlus, et ühiskonna sentiment on püsti eksole, meedia kütab seda üles eksole, et kas Eesti peaks jätkama välismissioone ja oletame, et see satub valimiseelsesse aega, ma arvan et valdav enamus inimestest, üle 50% ütleb et „ei, mitte mingil juhul. Toome oma poisid koju“ Ja populistlik erakond, ükstapuha millisena deklareerib oma maailmavaadet, siis haarabki sellest kinni, et Eesti poisid koju. Ja ütleme selline ideoloogilisest maailmavaatest lähtuv, püsiväärtustele lähtuv erakond peab olema valmis selgitama, et sellisel juhul, et milleks see vajalik on, et mitte loobuma. Sama

teema näiteks palgaarmee, et kui ma siin juba militaarseks läksime. IRL, seda me kindlasti ei tee, selles mõttes oleme me kindlasti antipopulistlik erakond, et meie vaated baseeruvad kindlal maailmavaatel ja me oleme valmis tegema ka noh, ebapopulaarseid otsuseid.

25. Ja see katab ka selle mingil määral, et ... ma tahtsin küsida, et mis te ise nagu täpselt näiteks tooksite enda valimisreklaamidest, mis teie ideoloogilisi vaateid kajastavad, et samamoodi konservatiivsed erakonnad üldiselt, nii palju kui ma lugenud olen, pööravad ka sellele riigikaitsele palju tähelepanu, et näiteks seda, et seda võib ka nimetada teie täpse ideoloogia väljenduseks

26. No jah, selles mõttes, et kui te räägite konkreetset sellest kampaaniast, siis antud hetkel riigikaitseteemadel diskussiooni ei puhkenud ja ei puhkenud selletõttu, et Jumala abiga on selles valdkonnas kõik korras. Küll, aga võib IRL oma valimis, noh me tegime selliste valimiste avapauguna, et ekssole, sellise valimiskonverentsi, seal öeldi ka nagu selgelt välja, et ühelt poolt ekssole see, et millised on meie põhilubadused ja teiselt poolt see, mida me kindlasti ei tee. Ja üks nendest asjadest ekssole, mis said nagu ülesloetud, on see, et no ütleme kindla ei palgaarmeele. IRL ei lähe sellisesse valitsusse, mille programmis on sissekirjutatud, et minnakse üle palgaarmeele. Ja samamoodi ütlesime me ei, et me ütleme ei senisele astmelisele tulumaksule ja samamoodi tasulisele kõrgharidusele. Need on nagu sellised punased jooned meil

27. Aga mis te tooksite enda nendest põhilistest valimisloosungitest ja reklaamidest välja, et mis kõige selgemini võiks väljendada teie ideoloogilisi vaateid, siin võib ka visuaal olla. Mitte ainult tekstiline vaid ka ütleme kuni tõesti nagu logodeni ja nii välja, et mis vähegi kommunikeeriks seda sõnumit, et mis ideoloogia esindaja te olete

28. Ma just eile kuulsin raadiost intervjuud Andrus Kivirähuga ja tema käest küsiti, et mis su lemmikraamat on, et inimene, kes on võibolla kolm raamatut elus läbilugenud eks see saab öelda, mis tema lemmikraamat on, Kui sa loed nagu kuus kolm raamatut läbi, siis on väga raske nimetada. Nii on ka mul väga raske öelda, et see on nüüd see üks asi, mis on mul ongi IRL, et kogu see kampaania tervikuna, visuaal alates meie niiöelda ikonograafiast, mis pärineb sealt kuskilt etnograafia piiri pealt kuni nende konkreetsete lubadusteni, et see kannabki meie väärtusi tervikuna

29. Mhm, ja oma visuaalis te üritate jälgida koguaeg samasid toone ja jätta nagu sellele valijale, et valija saab aru kindlasti, mis erakonnaga on tegu ka visuaalis

30. Noh loomulikult see on siuke kampaania tegemise A ja B, et kui sa edastad mingit

kommunikatsiooni, siis see peab olema väga ühtselt arusaadavalt ja meeldejäävalt vormistatud. Mis ei tähenda aga seda, et seda visuaali tervikuna ei ole teatud aegade tagant põhjust värskendada ja seda me ka selles kampaanias tegime, võrreldes eelmisega. Aga selle põhielemendid on jah paigas

31. A mis te täpselt siis muutsite?

32. No me muutsime näiteks värvitoone, eksole

33. Kas tumedamaks või nii või päris nagu toonide muutus

34. Meil selgelt on, et IRL värv on sinine, see on nagu selline konservatiivsuse... et konservatiivsed erakonnad valdavalt identifitseerivad ennast sinise värviga, et kuidagi ajalooliselt on see nii nagu jäänud. Aga me lihtsalt tegime seda... et antud kontekstis keerasime pisut heledamaks, lõbusamaks, hoogsamaks eksole. Aga jällegi ei saa võtta kinni nagu ühest kindlast värvitoonist, et see on siuke nagu terviklahendus

35. Huvitav ongi see, et Reform just läks tumedamaks sinisest, et selliseks konservatiivsemaks, et ja kui ma nende esindajaga rääkisin, et see oli neil nagu tahtlikult tehtud, täiesti. Et minna ka oma loosungites, et mingil määral oli see kindlasti ka konservatiivsemad, et ütleme ausalt, et teil olid ka natuke sellised sarnased loosungid, et noh sarnaste sõnadega

36. Vaatame siin..., et kui nii konkurendi kriitikat võib teha, et Reformierakond ise deklareerib, et nad on liberaalne erakond, et Euroopa parlamendis kuuluvad liberaalide fraktsiooni. Aga nagu meil siin korra jutuks nagu tuli eksole, et kus siis keegi sellel skaalal paikneb, et mina ütlesin teile, et parem-konservatiivsus on niiöelda mõistlikult seal keskel. Et aga siis Reformierakonnas on ka toimunud selline ideoloogiline pööre, et nii nagu liberaalsele ja teatud mõttes populistlikule erakonnale.. Et populistlikult erakonnalt võibki nagu oodata. Et kui 90. lõpus või seal poole peal kui nad tekkisid, et seal oli äge olla selline liberaalne eksole. Lausvabadusi propageerida, eriti noh niiöelda ettevõtja sõbralik, siis on nagu ka nemad arusaanud, et eksole, et ühiskond on nagu tervik, et keeravadki ennast antud hetkel siis niiöelda konservatiivsuse suunas

37. Jah, et lihtsalt minu töö aspektist ongi nagu huvitav, et ka selliseid värvilahenduslikke valikuid ei tehta mitte nagu uisa-päisa, vaid ikkagi väga läbimõeldult ja kampaaniaga kooskõlas, et ma just selles mõttes. Et see on nagu selline huvitav punkt minu jaoks. Aga keda te pidasite oma kampaania sellisteks põhilisteks sihtrühmadeks selle 2011 aasta Riigikogu valimiste käigus.

38. Noh ma pean siin selles suhtes kurvastama teid, et kuigi tootekampaaniat ei saa nimetada nagu poliitiliseks kampaaniaks eksole, on teatud ühiseid jooni, on ka erisusi.

Et üks nendes on kindlalt see, et meie sihtrühm on ikkagi kõik Eesti inimesed, kes osalevad seal valimistel. Et kui sa teed mingisugust, mai tea.. ma vaatan, et mul on siin juhuslikult laua peale mingi NPNK mingisugune suveniir. Kunagi Hansapank tegi niiõelda noorte pangakaarti eksole onju. Ja seal saab öelda, et seal tehti mingi ..., et seal olid vist mingid väikesed pahandused, et tehti mingid märgid kuhugi seinapeale ja seal eksole ja kogu selline kommunikatsioonikeel ja lahendus ehitati ülesse nii, et on 17–23aastastele inimestele üles ehitatud. See oli nende sihtgrupp, meie ei saa seda niiõelda sihtgrupistada, et me peame üritama kõnetada kogu ühiskonda.

39. Aga need põhiloosungid, et just et kodukulud alla ja selline no kui nii võtta selline, siis peaks , et üldiselt ma kujutan ette, et ongi juba noh nagu pereinimene on see sihtgrupp ju.

40. Noh võtame teiselt poolt näiteks selle tasuta kõrghariduse, mille nimel me kindlasti kõvasti hakkame tööd tegema, et see nii ka sünniks, et seal on väga mitmeid sihtgrupe. Ühelt poolt inimesed , kes hakkavad ülikooli minema, noored, kes planeerivad oma elu selles suhtes, et nagu , et ma arvan, et kui see nagu realiseerub, et see annab inimesele nagu palju selgemad valikud ette eksju. Ta teab, et ta saab suhteliselt muretuks kõrghariduse omandada eksole ja see annab talle julgust otsustada sinna nagu minna, mitte kuhugi Austraaliasse õnne otsima ja teiselt poolt on eksole üliõpilasi valdavalt toetavad emad-isad, aga ka vanaemad ja vanaisad, et suurtes peredes on see ühine jõupingutus, et see noh adresseeribki kogu ühiskonda

41. Aga kas võib öelda siis, et teie oma kampaania koostamisel ei lähtunud mitte sellest, et meil on nüüd selline valija, keda me saada tahaks, vaid pigem siis sellest, et millised on need Eesti hetkelised probleemid ja mis lahendusi teie ideoloogilised vaated sellele nagu pakuks ja et siis sellest lähtuvalt tegite oma kampaania, mitte siis nagu valijapõhiliselt

42. No ma arvan, et võtsite päris õigesti selle kokku jah

43. Et pigem siis seda pidi jah, aga ma arvan, et te olete mul nüüd kõik asjad ära öelnud, et seda ei ole vist mõtet küsida kui oluliseks te peate, et Eesti valija teie erakonna ideoloogilist profiili Eesti maastikul nagu eristaks, et nagu ma olen arusaanud, et siis ikka väga oluliseks

44. See on kindlasti väga oluline, et see on nagu asja tuum. Et kuigi see võibolla pahatihti igapäevases ärevuses ei paista välja, siis ja võib jääda mulje, et see kõik on tegelikult väga pealiskaudne ja kaootiline, siis tegelikult niimoodi ei ole, et kui selles poliitika tegemises nagu sees olla. Asi on lihtsalt selles, et inimeste tähelepanu, heidetakse väga

tihti ka ette seda, et just nagu kampaaniad muutuksid tohutult pealiskaudseks, et just nagu tõelist debatti ei oleks ja sisuliste teemadega ei tegeletaks, et loomulikult sellega tegeletakse, aga meie niiöelda ühiskonna, mitte ainult meie vaid tänapäeva ühiskonna üldine trend, et kui kampaaniat saaks teha... et Mart Laar kirjutab üht, et lehekülje pikkuselt, mida tema riigikaitsest arvab ja Sven Mikser kirjutab lehekülje vastu eksole, siis kirjutab Karel Tarand ja kõigile see väga meeldiks eksole, paraku, valdava osa inimesteni selline diskursus ei jõua ja selletõttu peabki, et nende huvid on hoopis teised, et see info mis meil liigub, see infomass on tohutu, et sellest tingituna ongi kampaania keel läinud oluliselt lihtsamaks, aga kindlasti seda tehes ei saa valijat nagu alahinnata, et sa võid rääkida lihtsalt, aga sa ei tohi rääkida rumalusi, sa ei tohi valijat alahinnata

45. Aga kas te usute, et Eesti võib jõuda sellisele tasemele nagu on need vanad demokraatlikud maad, kus perekonnad valivad põlvest põlve sama erakonda ja niivõrd juurdunud on see, et Eesti valija keksib võrreldes nende maadega võrdlemisi kergesti erakondade vahel, et mis te arvate, kas Eesti võib ka sinna jõuda kunagi

46. Eks ta .. no juba praegu on näha ju et parlamenti on jäänud neli erakonda, et demokraatia selles mõttes on nagu väljakujunenud või välja kujunemas ja muutunud oluliselt stabiilsemaks eksole, et sellel on nii plusse kui ka miinuseid, aga mina isiklikult arvan, et kui vaadata maailma üldist olukorda, et siis on pigem see stabiilsus pigem nagu kasuks. Jälle kui me vaatame oma põhjanaabrite poole, keda me ka ju väga hästi tunneme eks onju korduvalt juttu olnud ka ajakirjanduses, et Soome demokraatia, Rootsi demokraatia, need on nii igavad, et eksole, et seal on et kui valimistulemused paarprotsenti parteide vahel kõiguvad, et siis on juba suur uudis. Mis Soomes juhtus? Tuli mitte küll täiesti uus erakond, aga seni marginaalne erakond ja tõusis viie koha pealt ligi 30 koha peale või üle 30 koha, et mitte midagi ettemääratud siin ei ole. Ma arvan, et suund on pigem stabiilsusele, aga alati võib tulla üllatusi

47. Aga aitäh teile, et olite väga suureks abiks!

48. Edu teile ja andke siis märku kui töö valmis on, viskaks ka pilgu peale

Lisa 2.7. Intervjuu Mattias Luhaga(EER)

Intervjueeritav: Mattias Luha (EERi kampaaniakoordinaator 2011. aasta riigikogu valimiste käigus)

1. Millest te eelkõige lähtusite oma erakonna kampaania loomisel ja reklaamide väljatöötamises?

2. Ei oska vastata. Eelkõige ma ei tea, millest eelkõige. Et noh kindlasti on aluseks erakonna valimisplatvorm, mis siis tuleb programmist ja mis on kampaanias on siis vastavalt sellele, mis arvati, et on oluline ja (...?) ja need teemad siis olid erakonna seest väljakasvanud, kõik meile olulised asjad, et noh ei läheks kaevandamiseks, tuumaenergiat mitte veel kasutada, võib-olla kunagi hiljem ja Läänemere kaitse. No mingid sihukesed asjad kuni selle kodanikupalgani välja. Et kui vaadata, mis need põhilubadused olid, siis rääkisime haridusest nagu kõik onju. Et tõesti, see on, me arvasime, et on oluline teema, meil on nagu selles vallas midagi öelda. Ma ei oska öelda, kas see on Rohelise erakonna ideoloogiline

3. Kas see oli mingil määral... haridus kui ka nii öelda rohelises mõttes harimine.

4. Ei mitte keskkonnaharidust nii väga, kui ütleme, et kuidas keskkooli, kõrgkooli asju ja algkooli asju korraldada. Ütleme nii, et siis osad teemad panime sellepärast, et me arvasime, et teised räägivad nendest, aga osaliselt siis ütleme sellepärast, et teised sellest räägivad, siis see peab olema oluline teema, kuna meie eelarve on nii väike ja meil on vaja kuidagi pildil olla, siis on kasulik rääkida samadest asjadest, millest teisedki räägivad, siis me oleme ka nagu pildil. Et see on kindlasti üks argument, aga see kindlasti ei ole ainuke argument. Aga sellegi poolest, isegi sellisel juhul, noh see teema ülesehitus on täpselt selline nagu erakond arvab, et on õige, selles mõttes on ikkagi ideoloogiline. Aga muidugi on teatud teemad, mis on rohelistele ainuomasemad. Rohkem keskkonnakaitse, loomakaitse selle panime sisse ja ma ütlen, et see kodanikupalga teema, mis sai nagu... võib-olla tekkis seal väga palju segadust. Mõnes mõttes keskkonnateema lähtub, keskkonnakasutaja maksustamisest, see on see loogika. Ma arvan, et see on väga sotsiaalne küsimus. Ja sotsiaalsed küsimused ongi rohelistele väga palju tähtsamad kui keskmiselt, et selles mõttes võib-olla oleme nagu vasakpoolsed. Ma ei tea kas ma vastasin su küsimusele või ei vastanud?

5. Et ise te nagu noh kui öelda, et mis ideoloogiat te esindate ja kuhu te paigutaksite ennast sellel nii öelda parem-vasakskaalal, et pigem siis vasakpool, vasakule poole

ideoloogiliselt?

6. See on niimoodi so-so. Ametlikult ma arvan jah, et roheline on vähe vasakpoolsem partei. Aga meie erakonnas on kaks tiiba olemas, mis ei ole enam nii suur saladus, ütleme nii, et kuidas räägitakse igast sisetülidest ja asjadest. Et on teatud inimesi, kes näevad, et see roheline erakond peaks olema suhteliselt parempoolne, et need inimesed peaksid põhimõtteliselt selle rohelist majandust või rohelist noh...mai teagi ... kogu seda säästliku eluviisi oleks pigem nagu säästev tehnoloogia ja väga modernsed lahendused, mis tegelikult eeldavadki sellist nagu parempoolset majanduskeskkonda, et ettevõtjatel oleks nagu huvi ja ... eks see kapitalism ole kõik selline teema, teadusarengutöö ja... aga siis on meil ka nagu ütleme teiselt poolt, kes on tõesti väga tugevalt sotsiaalsete väärtuste pooldajad, et pigem nii kui keskelt võtta, siis me oleme jah natuke vasakpoolsem partei, aga see ei ole takistanud meil näiteks viimase nelja aasta jooksul toetada euro tulekut Eestisse või toetada vähemusvalitsust või eelarvekärpeid, et see kõik on rohelist toetusel, et niimoodi, ma ei oska nagu sellel skaalal meid parem-vasak paigutada, et me nagu klassikaliste reeglite järgi ei saa hästi nagu jaguneda siin.
7. **Kas võib öelda, et ütleme nende valimiste ajal kaldus see kaal natuke sinna niiöelda sotsiaal poole peale tulenevalt ühiskonna praegusest nõudlusest ja masust, et tööpuudus ja igast sihukesed rasked ajad, et see sotsiaalne toetus, riigipoolne suurem sekkumine**
8. Räägime nüüd ikka valimisreklaamist onju?
9. **Et seda kah, jajah. Natuke.. ei lihtsalt nagu...sellised kodanikupalga loosungid on ka ju valimisreklaami osa. Et kuna see töö eesmärk ei ole mitte ainult reklaamiloosungid vaid reklaamiloosungite taga olevad ideed ka, et seal töös on nagu programmianalüüsid ka sees, ei ole ainult noh.. raske on analüüsida reklaami kui tausta ei tea**
10. Jajah. Meil on nii, et näiteks asi, mis meid väga palju mõjutas oli kampaania erakonnavälised inimesed, siis selleks, et nad saaksid kampa tulla, on loomulik, et me pidime olema valmis läbi rääkima nendega selles mõttes, et mida me üldse räägime nagu valimistel, et mis teemad me nagu esile toome. Et sealt tuli ka kindlasti väga palju mõjutusi, mis ei ole nagu otseselt erakonna ideoloogiaga seotud, aga selles mõttes on jälle väga ideoloogiline, et otsisime ühiskohta ideoloogis onju. Et mai tea, kas sellele küsimusel saab nii nagu vastata. Kodanikupalga teema osaliselt on jah sellepärast....meil oli reklaamis sees, et me oletasime, et tööpuudus on väga tõsine probleem, sellest räägitakse, see aitab meil pildil olla, aga teisalt on see jälle teema, mida kõige rohkem rohelised

parteid, teistes Euroopa maades räägi. See on Euroopa rohelise partei, mis ühendabki siis kõiki Euroopa rohelisi, üks põhiteemasid, selles mõttes on see loogiline asi, mis sisse tuli. Et see on mitmete tegurite koosmõju, ma ei saaks öelda, et ühe või teise tõttu, aga kui võtta nüüd meie reklaamid ette, miks me siin üldse räägime, siis

11. Te võite mulle tegelikult ka, ma sain küll Tartu kontorist päris mitmeid asju, neid nagu kogusin, aga kindlasti mul päris kõike ei ole, et paluti pöörduda Teie selle reklaamifirma poole, et...

12. Laias laastus need reklaamid olid nii, et üks oli raadios toetas seda vabade kodanike ideed ja see selles mõttes üldse ei ole ideoloogiline, et selle mõte oli lihtsalt noh proovida saavutada mingi muutus poliitmaastikul, et tuua poliitikasse selliseid inimesi, kes siin varem pole olnud. Poliitika maine on üldiselt kehv, inimesed sellest väga hästi ei arva, ja päris asjalikud inimesed, kellel oleks midagi öelda, et soovi selles valdkonnas osaleda, sest nagu see on mingi kahtlane asi

13. No praegu minul on see, et minu valimis... noh reklaamide sisse tulen niiöelda see visuaalne ja kirjalik, et mul raadiot ei tule, et muidu tele- ja videoreklaamid, et see visuaalse pildi analüüs just, et kuidas teil välises pildis visuaalselt nagu, ei mitte nagu välireklaam vaid noh... ma mõtlen logodes ja kuidas teil, kas teil oli läbi mõeldud, et kui teil see logo on roheline, et noh selles mõttes

14. No logo on nii nagu on, aga me ise saame küll väga palju juurde vabast kodanikust, just seetõttu, et tuua esile seda, et erakonnavälised inimesed kandideerivad meie nimekirjas, et see on mõnes mõttes nagu sõda selle valimissüsteem vastu, mitte tõesti nii väga ideoloogiline asi. See on võib-olla ainuke asi, mida saab nii esile tuua

15. Paljusi siis nagu oma niiöelda valimiskampaanias ja reklaamides nagu läksite pigem nagu sellise vastandumise peale ja hetke olukorrast lähtuvalt kui et siis ideoloogilistest vaadetest, et nagu on kaks varianti, et võib jaotada nii, et jaotatakse kahte moodi, et kas siis on ideoloogiline lähenemine või siis turunduspõhine lähenemine. Et turunduspõhine lähenemine on siis lähtuvalt valijasoovidest. Ideoloogiline on see, kus erakond ise üritab valijale selgitada, milline on kõige parem ja nii peaks olema või siis on kuskil keskel, et kuhu te ennast paigutaksite?

16. Ma ei oska niimoodi valida emma-kumma vahel ausalt öeldes, et meil on otsesed teemad, millest me rääkisime puhtalt seetõttu, et me arvasime, et need on olulised valijatele, aga osad jälle puhtalt seetõttu, et need ongi nagu meie seisukohad

17. Et ongi siis pigem selline nagu keskne, et ongi noh kui palju siis see, kui olulised on siis päevakajalised küsimused ja kui olulised on siis valijasoov ja kui oluline on siis

see ideoloogiliste vaadete... et siis pigem olenes vastavast teemast jah?

18. See protsess käis meil nagu kahte radapidi, kõigepealt me tegime selliseid programmi koosolekuid, kus siis erakonnaliikmed ja kõik siis, kes seal on siis tegevad, igasugused juhid ja asjapulgad siis onju, tõesti siis arutasid, mida me siis kõik need valdkonnad, mis võiksid siis olulised olla, mis moodi asjad võiksid olla, selline ideoloogiline lähenemine, aga see on selge, et aga kui oli aeg reklaami tegemiseks, et siis kindlasti võib öelda, et mis me arvasime, et võib valijale korda minna.

19. Aga te iseenesest peate oluliseks oma ideoloogias nii öelda roheline ideoloogia edasi kandmist?

20. Jah selles mõttes me oleme võib-olla üks ideoloogilisemaid parteisid isegi võib-olla. Noh vähemalt me väga selgelt eristume, et meil on nagu roheline maailmavaade, aga me sellegi poolest seekord eraldi veel tahtsime rääkida muudel teemadel kui me oleme varem rääkinud, sest me arvasime ka, et inimesed arvame, et me oleme liiga ühe teema partei.

21. Need teemad, mis te võtsite juurde, et kas ka nendes üritasite minna natuke nagu seda roheline ideoloogia liini mööda? Nagu te enne rääkisite, et selle ettevõtluse teemas näiteks, et on tarvis innovaatilisus ja selline...kas te sidusite nendes suurtes teemades ka seda rohelist maailmapilti?

22. Kindlasti..., et ma ütlen, et miks me võtsime, et me rääkisime puhtalt seda, mis on meie teema, et kui te juba reklaami näete, siis ta läks ikka nagu niimoodi nagu me arvasime, kuidas ta meie ideaal või mis sõna sinna kasutatakse, kajastub. Aga valik, et mis teema juurde läheme ja mis ei lähe, see on nagu meie juures oluline, meil on siuke lahe võrdetegur, et sa peaksid seda nägema isegi. On reklaamide hulk, mis telekas lasti, kus meil oli põhimõtteliselt...6 ja 9 telereklaami on tegelikult hästi vähe ja Reformierakonnal oli kuskil kümme korda rohkem erinevaid klippe. Aga me saime rääkida väga vähestest asjadest, meie eelarve oli ka kümme korda väiksem, et ...

23. Aga keda te pidasite enda kõige nagu kõige suuremaks sihtgrupiks antud valimiskampanias?

24. Sellega on natuke keeruline, sest et...

25. Peamisteks sihtgruppideks...

26. Ikkagi on keeruline, seda seetõttu, et varasemalt on meie sihtgrupp olnud noor naisterahvas kõrgharidusega ja kes elavad linnas ja siis tegime siin sügisel uuringuid ja selgus, et meie toetaja on hoopis keskmisest madalama haridusega ja ei ole vahet kas see on mees või naine ja tõesti endiselt elab pigem ikka linnas. Meie häda on see, et piiratud eelarvega, et see küsitlus, mis me tegime, see uuring tuhandese valimiga, mis on täiesti

normaalne Eestis valimisuuring onju, ma ei tea mis see võiks maksta mingi 40-50 tuhat onju või 60 tuhat, et kui meie toetus on seal ütleme 2-3-4 protsenti, et see statistilise vea piires kõigub, siis see tähendab sisuliselt 20-40 inimest sellest tuhandest, kes tegelikult on meie toetaja, selle põhjalt ei saa tegelikult midagi väga palju analüüsida. Et meie, väike partei oleme selles suhtes väga keerulises seisukohas, et me tegelikult ei tea, kes meie toetaja on. Me ei saagi seda sellise mõistliku raha eest selgeks saada. Et midagi muud kui kümne tuhandese valimiga, kes on meie toetaja, et siin me lihtsalt väga palju oletame. Aga kampaania me tegime küll ülesse niimoodi, et me mõtlesime rohkem kanalitele, et kanalid, kus on meid huvitav sihtgrupp olemas a la Roheline Värav ja mingid sihukesed kohad onju. Pioneer ja sellised, kes võiks nagu meie valijad olla.

27. Et pigem siis juba roheliselt mõtlev inimene?

28. Ei mitte tingimata, ma just tahtsingi öelda, et me tegime teatud tegevusi nendele kanalitele, kus teadsime, et on selline roheliselt mõtlev inimene, kes võiks meid kindlasti valida, aga ülejäänud kampaania oli selline täiesti massikampaania

29. Aga kas need sõnumid erinesid ka, et nii öelda massile ja siis roheliselt mõtlevale inimesele

30. Ja massidele see põhisõnum, mida me püüdsime kommunikeerida oli see vabade kodanike kaasamine, see oli üks põhilisi asju. Mida me lootsime, et inimestel on selline viha erakondade vastu alles, mis oli siis kui Indrek Tarand kandideeris sinna Europarlamenti, et me võtsime siis nagu sama loogika ja siis soov muuta seda kogu süsteemi. Et tänane valimissüsteem on väga suuri parteisid soosivam, et need asjad, mis meil olid nagu meeles, mis oleks vaja, et tuua nagu värsket ja vaadata kas inimestel on sellist protestimeelsust olemasoleva vastu nagu, et see oli üks väga kindel teema, millele me väga palju rõhustime.

31. Aga mis te, et kas valija teie arvates, teie reklaami vaadates saab aru, et tegemist on rohelse ideoloogiaga või maailmavaatega.

32. Pooltel juhtudel ma arvan, et sai ja pooltel juhtudel said, et meil osad reklaamid nagu olidki, mis polnud üldse nagu keskkonnateemaga seotud

33. Aga samas sügavamast sisust mingil määral või noh valimisreklaamis lahti kirjutatud...

34. Ma arvan küll, et mis see roheline maailmavaade on, et see tähendab erinevatele inimestele erinevat asja kahjuks, meie häda on ka see, et meil pole nagu nii palju rahalist jaksu, et seda väga tugevalt kommunikeerida, et siin on jälle see...et osade jaoks on see roheline maailmavaade puhtalt puukallistamine, see on väga tagurlik tegelikult siuke...mõlemal juhul on eesmärk see, et looduskeskkond säiliks ka siis tulevastele

põlvedele

35. Ja siis see jätkusuutlikkuse hoidmine

36. Jah... et see on kindlasti siin üks teema, et siin on slaid vaata. Siin on kirjas, et IRL tegi 49 klippi, reform 67, sotsid 46 ja meie tegime 9 erinevat klippi, et see on selge, et me ei saanud väga paljudel teemadel rääkida. Me selgelt valisime välja mõned üksikud teemad, proovisime katta nii seda keskkonna inimest kui ka seda inimest, kes võiks meid nagu muudel punktidel valida.

37. Aga millised noh niiöelda, kas siis teleklipid või siis et muu reklaam , mis iganes vormis muu reklaam, et millised neis viisid nagu kõige paremini edasi roheliste ideoloogilisi vaateid?

38. Telereklaamis kindlasti noh rääkides loomakaitsest ja siis (....?) ma korra *youtube*ist panen, et millest ma üldse rääkisin siis. Meil oli kokku kuus klippi. Tarand rääkis haridusest läbi roheline teema, Talvik rääkis kodanikupalgast, aga ma arvan, et see väga paljudele ei seostu, ei seostu rohelistega. Maaelu kindlasti seostub. Krossi reklaam ei seostu, mingi siuke *fifty-sixty*

39. Et aga mingisugused, et aga nüüd ütleme kasvõi need kandidaatide reklaamlehed või et sellel oli mingi ühtne vorm, et kas teile oli tähtis, et.. värvitoonidevalik, et teil kõik on väga roheline, et kas oli veel midagi , mida te üritasite visuaalselt siduda selle roheline maailmavaatega, peale selle niiöelda roheline värvi

40. Meil oli seekord loosung „On aeg!“ , mis käis igalt poolt läbi. On aeg valida vabad isemõtlejad, on aeg teha tark valik ja siin võib väga erinevaid lauseid sõltuvalt kontekstist. On aeg valida looduse poolt ja midagi sellist. Et on aeg, oli meil see kampaania loosung

41. Ja sealt edasi siis läks kah vastavalt teemavaldkondadele, et kes seal siis rohkem ideloogiat väljendab ja kes siis vähem.

42. On aeg, see on roheline erakond. See logo muutus täna. Eestimaa Rohelised ja vabad kodanikud, et just see oli see, mis me oma logole kõik alla panime

43. Aga äkki te seletate mulle natuke rohkem selle logo nagu...

44. See on põhimõtteliselt võilill.

45. Võilill?

46. Muud ei olegi, lihtsalt see õis lendab siin ja levib, siin see logo sümbolikal

47. Aga kas ta nagu mujal maailmas, seob kuidagi muude Euroopa riikidega

48. (...?)Rohelistel on karikakar ja vist rootslastel on ka võilill, aga kollane võilill.

49. Ühesõnaga te ikkagi üritate nagu hoida seda, nagu mujal maailmas on sellised mingil määral joon, no näiteks nagu sotsidel on need punased toonid, siis reformil on

kollane ja sinine ja noh siis teil on väga kindel see roheline.

50. Ja noh mai tea,... no ütleme lilled on küll väga paljudel, et rohelistel puhul on see veidi nagu vabam.

51. Igal juhul väljendab see logo siiski nagu rohelist mõtlemist ja looduse aspekti niiõelda

52. Et soomlastel on ka kollane päevalill

53. Aga ega te ei tea millest tuli see otsus panna võilill

54. Ei tea, see on juba nelja aasta tagune lugu, aga ma arvan, et see loogika on see, et see asi mis levib. Et tuul puhub ja seemned lähevad idanema. Sellist legendi olen kuulnud. Mõnes mõttes nagu umbrohi

55. Aga mis te ise arvate, et kas te nagu püüdate sellepoole, et minna järjest rohkem nagu, et kogu programm oleks läbi põimitud sellest kindlast ideoloogilisest vaatest ja oleks nagu võimeline mingi teatud pikema aja peale nagu nägema kõikides teie kesketes eluvaldkondades seda rohelist joont ?

56. Kindlasti

57. Et te peate seda oluliseks, seda juurutada, jah?

58. Ei jah kindlasti, selles mõttes, et naljakas küsimus, et kindlasti kõik vastavad selle küsimuse peale kindlasti, et mõnel parteil võibolla on selline tagatuba, kus tehakse kõik see programm valmis, aga meil on tegelikult suhteliselt nagu võimalikult palju kaasates neid erakonnaliikmeid, siis ta peab olema noh ideoloogiline. Praegu tegime enne valimisi noh korrekture eks siis ikka tuleneb sellest, mis on juurdeõppinud ja nii, aga kõik kokkuvõttes lähtuvalt ikka sellest, et mis on kõige parem jätkusuutliku maailmapildi mõistes

59. Aitäh

60. Kõik jah

61. Et ongi noh, et ma käisin seal teie kontoris ja mul hetkel ei tule meelde, kellega ma seal alguses rääkisin, et ta andis kõik need materjalid mulle ja ta ütles, et teil on väga sihipäraselt, et te ei lähe programmis mingite õhupallide ja et kampaanias lähete väga konkreetselt täiendada oma rohelist maailmapilti sellega

62. See on kindlasti jah, et me oleme üritanud võimalikult taaskasutatavat, et trükised ja paberid, et pastakaid me ei ole nagu üldse jaganud, et kui siis harilikke

63. Jah et see ongi selline, et telereklaam on nagu üks asi, et seal on see kõne ja pilt, aga samas see asjad mida te jagate, et see on, et seal üritate oma rohelist maailmapilti edasi viia

64. Jah sellepeale mitmeid töötubasid aastate jooksul, et kus on mõeldud, et mida siis ikkagi tohib ja mida ei tohi anda ja kas me üldse peaksime jagama ja , et see masu on ikka päris keeruline oli lõpus neid otsuseid teha, et keegi ei saanud aru. Et nii palju siis inimesi ja arvamusi, et mida siis tohib ja mida ei tohi
- 65. See on igal juhul selline huvitav aspekt, sest teised erakonnad endiselt selline tarbija, et nagu kahjulik või kasulik, et selles teised ei mõtle, et see tundub nagu teile väga selline iseloomulik joon, et**
66. (....??) Me tegime sihukesed asjad nagu need valimis oli mingi nimi nagu rakenduskavad a la midagi sellist, mis programmist tulenevalt siis viis kuidas seda ellu viia, aga ma ei tea , et kas see üleval on meil
- 67. Et kõik siis nii öelda see, et materiaalselt saab üle anda inimestele, et need asjad käisid kõik enne sügavalt läbi arutatud, et mida üldse ja kas tohib sellist, et kas see reklaam käib kaasas teiega**
68. Seda küll jah Et kui sa räägid siin ideoloogiast, et äkki sa peaksid lisaks erakondadele ka, et kas keegi on tegelenud poliitiliselt ideoloogiliselt . Ma toon sulle ühe näiteks, et rahandusministeerium tegi, et need on arvutused, et kui kallid kellegi valimislubadused on . See on nagu selline huvitav lugu, et need lubadused, mis nad meie kohta kirjutasid, et mitte ükski ei tulnud nagu programmist. Et osad olid küll KOV 2009 valimisprogrammist ja osad asjad olid Philippe (?) artiklist, et sellest ajalehest Grüüne, aga ta põhimõtteliselt kirjutas Euroopa rohelistest ja siis Grüünes ilmus kuskil jaanuaris kümme käsku, mis tegelikult üldse ei olnud programmis ja selle põhjal tehti siukene analüüs, kus siis räägiti, et rohelised tahavad kilekotimaksu ja automaksu ja mis üldse ei olnud programmis sees ja automaksust ei ole meie kunagi rääkinud, ainult sotsid on sellest rääkinud ja näiteks astmeline tulumaks oli kirjutatud meie kohta. Suhteliselt keeruline teema ja siis me rääkisime nendega ja nad ütlesid, et
- 69. Et astmeline tulumaks ka**
70. Ei, meie ole kunagi sellest rääkinud, aga no öeldi, et juhtus, et kogemata ja siis kui me küsime viitasid, et kus nad on need andmed saanud, nad ei suutnud viidata ka ja siis juhtus, et Postimees kirjutas sellest suure artikli kus kirjutasid, et rohelistel on kõige kallimad valimislubadused ja ...
- 71. Aga see oligi enne seda valimisprogrammi väljatulekut**
72. Ei, see asi ilmus umbes 3-4 nädalat enne valimisi, aga nemad pidid selle analüüsiga alustama kuskil detsembris või jaanuaris, et mai tea, millal nad alustasid ja kui me küsisime nende käest, et miks te meie käest otse ei küsinud, siis nad vastasid, et aga me

saatsime pressiteate, et miks te siis nagu ei reageerinud sellele, et see oli ikka suht keeruline, et ... Aga võib oletada, et Reformierakonna alluvuses töötav ministeerium töötas veidi irooniliselt, et Reformi erakond ühes otsas ja Rohelised siis kõige kallimad. Et ma arvan, et see kahju on täiesti hindamatu. Et me oleme siin nagu kaalunud, et sellega peaks tõesti nagu kohtusse minema. Postimehe lehele on see põrsas.

73. Kõik, aitäh.

Lisa 2.8. Intervjuu Andres Hiiega (KE)

Intervjueeritav: Andres Hiie (Eesti Keskerakonna kampaaniakoordinaator 2011. aasta riigikogu valimiste ajal)

- 1. Millest te eelkõige lähtusite oma erakonna kampaania loomisel ja reklaamide väljatöötamisel?**
2. Noh kui me nüüd viimastest Riigikogu valimistest räägime, siis meie põhisõnum oli eksole selline lühikene loosung nagu „Aitab!“. Ja meie eesmärk oli siis kas valija soovib jätkata kursil, mis siis tolelaegne valitsus Reformierakonna ja IRL juhtimisel pakkus veel neli aastat või valitakse mingi uus võimalus uute ideede, uute lahenduste poolt. Ja meie eesmärk oli , et sellisele parempoolsusele võiks olla palju selgem ja tugevam alternatiiv. Et valimised paraku selline võimalus valijale välja öelda, mis nad ühest või teisest erakonnast siis arvavad ja ütleme siis, et viimase valitsemisperioodi neid Riigikogu valimisi, kes siis niiöelda majanduslangus, tööpuudus, hinnatõus, noh need kõik paratamatult inimeste igapäevaelu mõjutavad.
- 3. Jah, nagu te ka rääkisite, siis te soovisite anda inimestele alternatiivi parempoolsuse vastu, et kuidas te defineeritakse oma ideoloogilisi vaateid?**
4. Noh, üks põhialternatiive, mida oleme pakkunud siin juba pikemat aega, mis enamuses Euroopa Liidu maades on kasutusel, on siis astmeline tulumaks. Et see oli meil ka nendel valimistel üks põhiloosungitest ja on olnud ka varasematel Riigikogu valimiskampaaniates. Siis kindlasti käibemaksuerisused. Näiteks toidukaupadele ja toasoojale meie arvates oleks võinud käibemaksu alandada. Siis nüüd laiemalt, mis töökohtadega, töökohti puudutab, siis meil oli siin nagu kaks seaduseelnõud, mida me siis ka üsna laialdaselt kampaania käigus tutvustasime: oli töökohtadeloomise seaduseelnõu ja kojutuleku seaduseelnõu, uute töökohtade loomine, mis sinna tuleb siseriiklik, on olnud ja kojutuleku seadus oleks siis pakkunud võib-olla võimalusi nendele, kes praegu väljaspool Eestit töötavad. Nii ja siis muidugi, mis oli küll rohkem Tallinnale suunatud, sotsiaalsete töökohtade loomine. Nii ja võib-olla laiemalt veel pensionite küsimus, sotsiaaltoetuste küsimus, maakoolide säilimine, noh läbi sellesamuse aktsiisi ja käibemaksu läbi elektrihinna alandamine, vot nihukesed üldisemad põhiteemad

5. **Kas võib öelda, et kogu teie kampaania on läbipõimunud sellisest vasakpoolsetest ideoloogilistest vaadetest**
6. No astmeline tulumaks ei ole kindlasti ainult vasakpoolne maailmavaade, kui te ikkagi vaatate selle Euroopa Liidu riike, siis kui te vaatate, kes seal konkreetselt võimu teostavate, ei ole mitte alati ainult vasakpoolsed. Või ikkagi meil on selline tsentri maailmavaade, tsentristlik maailmavaade.
7. **Et kas, ma mõtlesin just pigem, kui võtta seda riigiosalust inimeste, et kas siis paks või õhukene riik niiöelda**
8. Meie oleme alati olnud sellise õhukese riigi vastu. Et kui see liiga õhukene on, siis mingil hetkel muutub ta väga hapraks ja see tekitab probleeme palju.
9. **No seda defineeritakse pigem siis just vasakpoolset vaadet.**
10. Võimalik
11. **Aga kui te töötasite välja neid valimisloosungeid ja valimisreklaame, et kas te lähtusite eelkõige potentsiaalsest valijast ja nende ootustest teie erakonna suhtes või siis nendest ideoloogilistest tsentristlikest vaadetest.**
12. Mõlemat, ma arvan. Et siin ei saa öelda, et konkreetselt meie vaadetest või meie valijale suunatud, me ju enam-vähem teame, kes on meie valija ja millised on tema ootused ja lootused läbi valimiste olnud nii et kui te siin neid loosungeid mäletate, neid oli :„Aitab hinnatõusust!“, „Aitab tööpuudusest!“, „Aitab katteta lubadustest!“, „Aitab maaelu suretamisest!“, „Aitab tasulisest kõrgharidusest!“, „Aitab madalatest pensionitest!“, hinnatõusu ma vist ütlesin jah.
13. **Aga kas te iseenesest peate oluliseks selle tsentristliku maailmavaate väljendumist oma valimisreklaamis?**
14. Jah, kindlasti. Sest nüüd kui meie valimisplatvorme vaadata, siis on tegelikult seal kõikidele elanikkonna kihtidele ja kindlasti seda sotsiaalset mõõdet on rohkem.
15. **Aga millised need teie eelpool toodud loosungitest võiksid kõige paremini teie just seda ideoloogilist vaadet kajastama**
16. Noh mina tootsin välja kolm-neli, et muidugi seesama „Aitab tööpuudusest!“, „Aitab maaelu suretamisest!“, mis me nagu selles valimiskampanias tähelepanu pöörasime ka maaelu probleemidele ja kindlasti mida me alati pooldanud oleme- tasuline [*mõtles tasuta*] kõrgharidus ja pensionite teemal
17. **Aga mis te arvate, kas teie valija, on võimeline ka valimisreklaamist välja lugema neid ideoloogilisi vaateid, väärtusi?**
18. Vat seda tuleb nüüd mitmeti, mitmeti hinnata, et kui ... mina ei alatahtsustaks

visuaalse meedia, eriti just televisiooni mõju inimestele ja kui me vaatame siin ka küsitlusi, näiteks Kagu-Eesti, kus inimeste elujärgi, sissetulekute ja just tööpuuduse osas, on üsna raske, siis küsitlused näitasid millegipärast, et ka seal üsna sageli need inimesed, kellel olid probleemid toimetulekuga, eelistasid millegi pärast Reformierakonda. Et ma siiski julgen arvata, et see oli sellest mõjust, mida nad said läbi meedia. Ma toon teile näiteks ühe näite, trükiajakirjandusest me räägime. Et kui te võrdlete nüüd ajalehte Postimees, mida nad käsitlesid Eesti elust ja olust inimeste toimetulekust 3-4 kuud enne valimisi ja nüüd on teinud peale valimisi kaks kuud, siis siin on päris suuri erinevusi. Et lehes on leidnud kajastamist need teemad, millele meie oma valimiskampaanias suurt tähelepanu pöörasime ja ma arvasin, et televisiooni mõju inimestele on kindlasti veel suurem ja kuna meil seekord ei olnud materiaalseid ressursse, nii palju et ütleme oleksime suutnud sellist intensiivset telekampaaniat teha nagu näiteks Reformierakond, IRL ja Sotsiaaldemokraatlik erakond kampaania just viimasel, 2-3 nädalat tegid telereklaamidega, siis neil kindlasti oli ka oma mõju valimistulemustele.

19. Need üldloosungeid kajastavaid telereklaame, ma nüüd vaatasin sealt teie youtube kanalist, et kas seal on kõik üleval, mis teil sai tehti telepildi jaoks?

20. Ma arvan, et seal on kõik üleval jah, te peate nüüd silmas telereklaami või ka trükiajakirjanduse reklaami

21. Trükiajakirjanduse reklaamis minu valimiks ongi üldiselt need välireklaam, kuna see tavaliselt võtab hästi palju neid põhilisi sihtgruppe kokku ja põhilisi loosungeid, siis niiõelda välireklaam

22. No ütleme siis, et selline üldreklaam, mida erakonna keskel organiseeriti, siis need klipid on seal kindlasti üleval, ei ole selget ülevaadet, mida piirkondades meil tehti. Siin on ju üsna mitmes kohas kaabeltelevisioonivõrgud ja kindlasti seal tehti ka eraldi reklaame, et neid seal youtubeis kindlasti üleval ei ole jah.

23. Aga põhilised valimisloosungid seal ikka ju kajastuvad, et minu jaoks ongi tähtsad just need kesksed sõnumid, tavaliselt hakkavad need korduma nende kandidaatide puhul, noh kajastuma ka kandidaatide...

24. Kindlasti kandidaadid oma..., ma võin hiljem saata teile neid plakateid, mis meil olid üleval, mis kajastusid neid samu loosungeid, millest ma veidi varem rääkisin

25. Aga ma läheks tagasi nende sihtrühmade juurde, et enne te ütlesite, et te teate kindlasti, kes on teie sihtrühmad, et äkki te tooksite mulle välja need, kes olid teie eelmiste Riigikogu valimiste põhilisteks sihtrühmadeks, kellele te reklaam oli suunatud .

26. Noh, kindlasti töötud, kindlasti madala sissetulekuga inimesed, kindlasti haritlased, siis ma arvan ka, et õpetajatele oli meil üksjagu programmis, pensinäärid ja maainimesed ja noorte puhul siis eelkõige töötus ja tasuta kõrghariduse teema

27. Kas te kasutasite ka mingeid niiõelda sotsiaalmeediakanaleid ja muid kanaleid ka, et pälvida oma valijate tähelepanu, et võib-olla just nende noorte

28. Noh facebookis oli meil üleval lehekülg

29. Aga et kas te ka nende valimiste ajal üritasite ka niiõelda nende saada niiõelda nende halli massi, nende, kes tavaliselt valimas ei käi, et õhutada neid valima minema? See oli nendel valimistel päris mitmete erakondadel selles valimiskampanias sees.

30. Mida te nüüd silmas peate?

31. Niiõelda kutsuda inimesi valima, püüda seda halli massi, on kuskil 40 protsenti, kes ei tahagi valima minna, et nende veenmiseks.

32. Meil olid sellised flaierid, mida me kasutasime, aga see põhiliselt levis küll Tallinnas

33. Aga kas te kuidagi ka otseturundust sinna sisse võtsite?

34. Ei

35. Seal aastakampanias ei olnud üldse sees valijatega suhtlemist?

36. Tähendab selles suhtes, oli suhtlemist sees ikka, meie kandidaadid kohtadel, eksole. Nemad põhiliselt läbi otsesuhtluse ennast ju tutvustasid ja reklaamisid. Erakonna valimisprogrammi põhimõtteid... kui te selle all peate suhtlust silmas. See on meil olnud tegelikult läbi mitme inimese ja no tegelikult seda otseturundust kasutame kõik.

37. Aga kuidas see täpselt väljendub

38. Väljendub selliselt, et minnakse mingile üritusele, kas mingile laadale või ühesõnaga sellisele suuremale vabakohtumisele ja seal on siis teatud küsimused, mida inimeste käest küsitakse, et kas nad on sama meelt või mida nad ühest või teisest probleemist arvavad ja inimestele selgitatakse erakonna seisukohti. Seda teevad nii meie noortekogu liikmed kui ka tegid siis kandidaadid ise, lihtsalt lisaks oli muidugi veel, aga siin me tsentraalselt poolt ei sekkunud, et kandidaadid ise, kellel olid võimalused, tegid sellist otseposti. Nii linnades kui ka väiksemates maa-asulates, kus siis tutvustati ennast ja lisaks ka siis veel erakonna põhimõtteid.

39. Kas teil üldiselt ka visuaalis jälgite väga kindlaid põhimõtteid, et viia edasi seda, et rääkisime eelnevalt ka telefonis, et kuidas teie värvid on ülevõetud ja mida nad sümboliseerivad

40. Kindlasti meil on olnud, ma ei julge nüüd öelda, läbi mitme, või mitmes valimiskampanias, kuid 2007 kui ka nendel Riigikogu valimistel on meil selline visuaalse

identiteedi käsiraamat, et ma need võin teile tegelikult elektroonselt saata. Et seal on püstitatud need nõuded siis, mida me eeldasime, et erakond tervikuna kui ka iga kandidaat kui ta individuaalselt midagi trükib, siis neid nõudeid nagu täidaks. Kindlasti oli siin ka patustamisi, aga mitte palju. Paraku on ka kandidaate, kes häbenevad või kardavad näidata väga selgelt oma erakondliku positsiooni, sõltumata erakonna suurusest. Neid kandidaate nii palju kui ma siin ise olen kogunud, oli siin ka teisi, kes oma sellist erakondlikku kuuluvust ei soovinud näidata, et rohkem oli nagu enda isikule üles ehitatud.

41. Ja üldiselt peate kogu selle sõnumi ja visuaali kokkutulemist üheks ideoloogiliseks vaateks või selliseks profiiliks , et kas te peate selle jätkumist Eesti poliitilisel maastikul tähtsaks, nihukest järjepidevust

42. Ma arvan, et kindlasti, sest see annab igale valijale või valimistest huvitujale võimaluse väga selgelt niimoodi eristada ühte erakonda teisest. Et võibolla nendele inimestele isegi rohkem, kes on huvitatud, et selline visuaalne erakonna ühtsus jõuab siis niiöelda kohale

43. Ja nagu te enne ütlesite, siis see osade teie loosungite, sellist ideoloogilist maailmavaadet edasi kandev, aga siis need teised niiöelda ühiskonna hetke olukorra tulemus.

44. Kindlasti ja kindlasti ka kandidaadil endal võimalus, kui ta soovis konkreetse kodukoha probleeme rohkem välja tuua ja ise neid loosungeid sõnastada.

45. Aga ma arvangi, et nüüd on kõik, aitäh.